



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

EL DIBUJO DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRO EN ARTES VISUALES

PRESENTA:

ALFONSO MARTIN RAMIREZ MARTINEZ

DIRECTOR DE TESIS

DR. MARCO ANTONIO SANDOVAL VALLE

(FAD)

SINODALES

MTRO. JORGE CHUEY SALAZAR

(FAD)

MTRO. ADRIAN FLORES MONTIEL

(FAD)

MTRO. HÉCTOR RAÚL MORALES MEJÍA

(FES CUAUTITLAN)

MTRO. SALVADOR JUÁREZ HERNÁNDEZ

(FAD)

MÉXICO, D.F. ABRIL DE 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



Agradecimientos

Gracias a mí Alma Mater, la famosa UNAM, la máxima Casa de Estudios. Que me recibió desde mi adolescencia. Me siento orgulloso ser parte de ella. Lo que he logrado es por la UNAM.

Gracias a mí apreciado, respetado y admirado Director de Tesis Doctor: Marco Antonio Sandoval Valle. Por la confianza, la paciencia, guía y absoluto apoyo para lograr un documento como este.

Gracias a mis Maestros: Adriana Paredes Martínez, Laura Alicia Corona Cabrera, Miguel Ángel Aguilera Aguila y Doctores: María de las Mercedes Sierra Kehoe, Daniel Manzano Aguila, Jaime Alberto Resendiz González, que me ayudaron y apoyaron en esta faceta de mí vida profesional. Por su valiosa orientación, sus consejos con su amplia experiencia y total dedicación por la Docencia. Los estimo mucho.

Gracias a esas mujeres y esos hombres que influyeron en mi ser. No pude retener sus nombres en mi memoria; pero si sus atenciones y sus enseñanzas. Es@s que de forma indirecta me enseñaron sin ser estrictamente “Maestr@s”.



A MIS PADRES:

CRUZ MARTÍNEZ MARTÍNEZ Y

RUBÉN RAMÍREZ HERNÁNDEZ (Que en paz descansen).



Gracias por darme la vida, la oportunidad de vivir con dignidad y llegar a este momento tan significativo para mí. Les ofrendo este documento; donde quiera que se encuentren sepan que me enorgullece ser su hijo, ser la huella de su amor.

Ustedes mis primeros guías, mis primeros “Maestros” quienes me enseñaron la verdad, la honestidad. Padres queridos, entrañables e inolvidables. Cierro mis ojos y los veo. Siempre quise evitar ser, los clavos de mi Cruz.

A MIS HERMANOS:

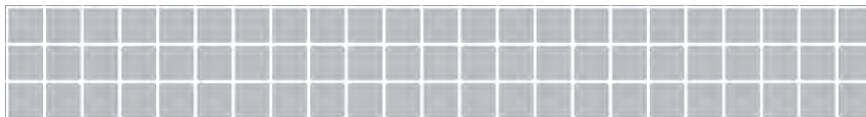
Guadalupe, Rogelio, Celia, Nina y Patricia Ramírez Martínez.

Gracias por ser mi ejemplo, por abrirme camino para echar a andar tras de ustedes, junto a ustedes y nunca sin ustedes. Por apoyarme y guiarme en mi vida. Por protegerme cuando lo necesite, por quererme; por ayudarme en este logro en mi vida. Los quiero mucho a todos y cada uno. Todo mi respeto y admiración.

Nos enseñaron a dejar de ser dedos, para ser mano.

A N. ELIDÉ MARTÍNEZ LAZCANO:

Gracias por cuidar, darle de tu tiempo, servir de ejemplo y educar a nuestra hija. Esa niña que me enorgullece y llena de alegría. Gracias por esa vida que compartimos; me sirvió de inspiración. Ahora estamos en paz.



A MI HIJA:

Ana Elidé Ramírez Martínez (La Muñeca que regala besos).

Hice esto pensando en ti y para ti, con la intención de motivarte para que continúes con una vida digna, propia, con respeto, autónoma y sepas disfrutarla; pero también compartirla con quién te parezca.

Gracias Muñeca por acompañarme en esta vida. Aunque estás lejos; mí memoria te acerca. Ojalá llegue el día que no haya distancia, ni nada que se le asemeje entre Tu y Yo.

Gracias a la “Maestra Vida”:

“A tu escuela llegue sin entender porque llegaba, en tus salones encuentro mil caminos y encrucijadas, aprendo mucho y no aprendo nada. Maestra vida, te da y te quita, te quita y te da. Maestra vida de justicias e injusticias, de bondades y malicias, aún no alcanzo a comprenderte.

Maestra vida que un segundo en su tiempo no perdona. Entre espinas y entre rosas, vi morir seres queridos, vi bellezas, fui testigo de maldades y de guerras.

Fui lo bueno de la tierra y vi el hambre y la miseria entre el drama y la comedia, avance entre agua y fuego. [...]. Se duda agradecimiento a aquel que nos da la mano, tan pronto sale el clavo, se olvida todo el sufrimiento. Tengo amigos, conocidos y enemigos, amores que me han querido y rostros que niegan verme.

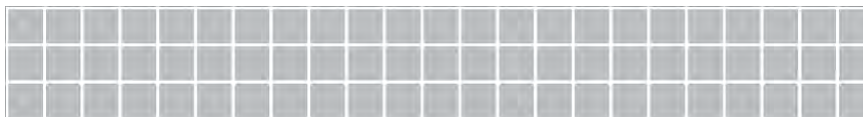
Maestra vida, te da y te quita, te quita y te da...Cuando tú menos lo esperas”.

Rubén Blades.



EL DIBUJO DE DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL





INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

- 1. EL DIBUJO: ENTRE NATURALEZA Y CONVENCION 23
 - 1.1. IMAGEN..... 41
 - 1.2. FORMA 46
 - 1.3. REPRESENTACION GRAFICA 69
 - 1.4. ILUSTRACION..... 75
 - 1.5. DISEÑO GRAFICO 78

CAPITULO II

- 2. EL DIBUJO DE DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL:
UNA TRANSFORMACION Y PROCESO ESPECIALIZADO 85
 - 2.1. EL DIBUJO RETENIDO..... 92
 - 2.2. EL DIBUJO MENTAL..... 102
 - 2.3. EL DIBUJO COMPATIBLE..... 110
 - 2.4. EL DIBUJO Y SUS ASPECTOS 125
 - 2.5. EL DIBUJO DE PRESENTACION 138

CAPITULO III

- 3. EL DIBUJO SEMIOTICO:
LENGUAJE GRAFICO Y COMUNICACION VISUAL..... 151
 - 3.1. EL DIBUJO DE MARCA..... 170
 - 3.2. EL DIBUJO PICTOGRAFICO 175
 - 3.3. EL DIBUJO BIMEDIA 180
 - 3.4. EL DIBUJO DE PRODUCCION IMPRESA..... 192
 - 3.5. EL DIBUJO DE PROMOCION 199
- CONCLUSIONES..... 205
- BIBLIOGRAFIA..... 209



INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene la intención de compilar, ampliar y proponer información que abarque en lo posible ámbitos del dibujo que permitan una revisión conceptual. Las reflexiones realizadas hasta ahora, parecen haberse limitado en el estudio de sí mismo, como fenómeno que se creyera, que no aporta un intercambio diverso en todo momento, suceso o condición. Por lo tanto, es ineludible conceptualizar un nuevo lugar y potenciar sus efectos y cualidades. Exige una aproximación teórica-práctica especializada y vinculada con otras disciplinas en cuyo objeto de estudio interviene de un modo o de otro el dibujo.

Cuando se habla de dibujo habitualmente se expone desde perspectivas tradicionales sobre lo qué es; y en ocasiones aparece como acto creativo del individuo, una técnica, el resultado de un método, sinónimo de otras actividades y conceptos, incluso como una práctica ajena a la teoría.

El dibujo tradicional se exalta a través del esgrafiado o trazo lineal (este último es un elemento que lo tipifica históricamente). Parece entenderse como un fenómeno permanente e invariable, escueto, aislado como propio del creador, que comúnmente se comparte como objeto sorprendente, curioso, extraño o fantástico e irreplicable en su concepto y en ocasiones en su materialidad. Cuando sale de estas convenciones, normalmente deja de considerarse “dibujo”. Por mostrar otros aspectos y técnicas que no son apreciados como avances tecnológicos que permiten obtenerlo, parecieran ajenos a sus cualidades y posibilidades para materializarlo o representarlo de las siguientes maneras: manchando, salpicando, posicionando, rayando, trazando, hendiendo, cortando, grabando, tallando, frotando, moldeando, doblando, enmascarillando, reflejando, proyectando. Es importante apreciar al dibujo como un proceso que se desarrolla de acuerdo con tiempos y lugares concretos; concebirlo como secuencia de conceptos no determinados,

absolutos y definitivos. Aparece como un proceso de transformación de acuerdo a factores que son de la naturaleza hasta aquellos que provocó el ser humano. Es un sistema que se sucede de modo que rechaza o conserva unos elementos y asume otros nuevos.

Por esto, no conviene ser explicado de modo individual y simple, tan sólo como habilidad manual y conjunto de técnicas; como si permaneciera extraño a procesos sapientes, metodológicos y comunicacionales en sus tres condiciones: no verbal, verbal e icónico. Es recomendable y necesario encontrar vínculos con otras acciones, disciplinas, áreas, contextos, actitudes y comportamientos del ser humano. Para comprender la magnitud de sus alcances, sus transformaciones para su inserción en las relaciones humanas por diferentes tipos de profesiones, una de ellas, el diseño y comunicación visual.

Los términos o conceptos que se irán encontrando principalmente en los capítulos 2 y 3 han sido utilizados casualmente por conocedores y profesionales del diseño y comunicación visual como: Joan Costa, Jorge Frascara, Alan Pipes, Abraham Moles, Jorge Gómez entre otros. Y en este trabajo se pretenden aplicar como un modo de “bautismo” para reconocer un dibujo particular y especializado, como lo tienen otras áreas o disciplinas como la arquitectura, el diseño industrial; por ejemplo.

La diversidad de sus aspectos como se ira viendo será decisiva para comprender el dibujo en la inducción a un dibujo de diseño y comunicación visual.

Por lo mismo, esta investigación busca ofrecer aportes teóricos propios que ayuden a comprender su: aparición, concepción, reconocimiento, aspectos, técnicas, aplicaciones, vínculos, áreas, acciones e importancia especializada en la comunicación humana. Para reconocerlo como una “*imagen artificial*” multifacética que no surge casual, sino como producto de procesos e investigaciones diversas, como elemento de

reproducción y comunicación visual masiva; que permita al estudiante y diseñador gráfico indagar un nuevo “arquetipo” para la práctica y aplicación en el diseño y comunicación visual. Para contribuir a particularizar y difundir los posibles aspectos o etapas tradicionales y/o digitales como sistema de transferencia de datos e información especializada en distintos niveles; que incide tanto en su forma, uso de materiales, en su significado y función en la comunicación masiva en medios impresos, en este caso.

Así, pasa a coordinarse con diversas áreas y disciplinas. Se propone que “el dibujo”, puede convertirse en recurso visual, gráfico, creativo y comunicacional; de este modo ayuda a: observar (al examinar con atención permite advertir y dar cuenta de algo particular; al seguir el desarrollo de un acontecimiento, natural o social); a pensar (al formar y ordenar en la mente ideas y conceptos, examinando de manera especial y cuidando las ideas o asuntos para poner en práctica alguna actividad o acción de modo novedoso); a aprender (al adquirir el conocimiento de algo; objeto o acción a través de la observación, el estudio, el ejercicio, la práctica, la experiencia o la memorización); a organizar (al preparar la realización de algo con miras a una función determinada u objetivo); a visualizar (al hacer visible lo que no se puede ver a simple vista o lo que aun no existe, de modo sencillo, fácil y comprensible); a representar (fenómenos naturales e imágenes mentales diversas: sueños, visualizaciones, imaginarias o mixtas y lograr abstracción y conceptos) y a comunicar visualmente (hacer saber gráfica o visualmente algo a alguien concreta, precisa y con facilidad a través de un medio o canal para cubrir alguna necesidad social).

El dibujo de acuerdo a sus aplicaciones y contextos va tomando características que lo tipifican y así, también sucede en el diseño y comunicación visual. Muchas veces queda inhibido u oculto por otros nombres y aspectos en el proceso de diseño gráfico, por no considerarse los cambios que puede adquirir

desde su concepción hasta su reproducción. Se vincula con éste por la manera como evoluciona la concepción de ideas o propuestas gráficas, hasta la realización material u objetos, que sirvan como medios de difusión masiva que cumplirán objetivos precisos.

Se puede notar que en muchos casos, pierde atención y valor durante el proceso. Con frecuencia se puede encontrar que su uso es tradicionalmente limitado a la simple habilidad manual, a la calidad gráfica que es innegable e importante; sin resaltar su valiosa aportación como “recurso” gráfico y comunicacional. Para quedar implicado de modo relevante, orientado en lo viable a complementar y ampliar la visión e interacción con técnicas, herramientas, materiales y soportes para especializarse en sus diversas áreas. Se desconoce o se ignora su efectiva aplicación profesional.

Es necesario conocer, explorar y explotar sus dos aspectos más trascendentes: la escritura y el dibujo (como sistemas de comunicación visual) ya sean análogo y/o digital, que engloban sus cualidades y aptitudes. En ambos casos, mostrados como dibujos más elaborados, tecnologizados, normalizados bajo códigos de distinta índole, definidos incluso secuencialmente, donde se logra comprender su carácter profesional para la formulación de propuestas diversas y únicas en la estrategia expresiva y de composición gráfica. Insistir en que es la parte especializada y profesional que el diseñador debe conocer y desarrollar de manera consiente y funcional. Comprender que no se limita a un aspecto de representación, sino a esa capacidad de transformarse y continuar como otras actividades gráficas.

El dibujo de diseño y comunicación visual conceptualiza y genera sus propios vocabularios o lenguajes gráficos pertinentes. Es la transformación del dibujo, a un nivel especializado, detallado, complejo y determinado que reúne y utiliza todas las características, elementos gráficos o reales en una expresión agradable y lógica de diseño; para representar o reconocerse

.....

como un boceto, ilustración, fotografía, logotipo, pictograma, original mecánico o arte final, medio impreso, mensaje, etc.

El primer capítulo muestra una reflexión de cómo se cree el inicio del dibujo, desde la naturaleza en la interacción del ser humano con su entorno, la percepción del mismo a través de los fenómenos fisiológicos a los psicológicos, sus aspectos de abstracción y representación gráfica a la aplicación intencional y profesional.

Se sabe que los primeros dibujos se remontan a la prehistoria realizados en rocas o cuevas, llamados comúnmente “pinturas rupestres”. Es el primero que se conoce y dará paso a todos los aspectos posibles. Resultado de la interacción del ser humano con su entorno y de la percepción que éste tuvo del mismo y la influencia que le produjo. Es en la naturaleza donde descubre las imágenes, las formas y se apropia de todos los elementos visuales al desarrollar la destreza de la visión (percepción) de lo que lo rodeaba, a la observación (reflexión), a su vez, la habilidad y capacidad para comprender los fenómenos naturales (inteligencia) y lo que estos provocaban en su interior (sensación). Aprendió a observar, copiar o representar los fenómenos que sucedían como dibujos. Por ejemplo; uno de los más básicos es la ausencia y presencia de la luz solar como: claroscuro, contraste, sombras, texturas, matiz; a manipular sustancias como pigmentos que sirvieron para plasmar su entorno y sus visiones como registros de algún tipo de datos e información.

Se puede creer que de este modo aparece el dibujo entre naturaleza y convención. Tiene manifestaciones, nombres y aspectos tan variados que es necesario apreciarlo desde sus características más comunes. Juzgar que es inherente a cualquier obra gráfica; constituye una especie de configuración que permite el desarrollo de nuevos aspectos visuales y gráficos con la ayuda de técnicas y tecnología entre otros elementos. Desde

.....

que se conoce se le llama o se le acepta indistintamente como: pintura rupestre, imagen, forma, representación gráfica, ilustración, diseño gráfico, tratando de distinguir diferencias, coincidencias y cualidades; considerados en este trabajo, además como diversidad de: experiencias, conocimientos, acciones y aspectos que admiten transformar los fenómenos naturales y sociales en información y la información en conocimiento y comunicación. Organizando la información de manera consecutiva del proceso de creación gráfica, donde los “términos o conceptos” van cambiando de acuerdo al tiempo, a épocas o a las características gráficas y a las áreas en que se desarrolla el dibujo. Para poder distinguir la importancia que tiene como la parte vertebral del diseño y comunicación visual.

El segundo capítulo hace referencia al dibujo propuesto desde el uso especializado, sus aspectos y aplicaciones. No es un elemento que se incluye, es en sí, el medio que conforma la opción especializada y profesional para el diseño y comunicación visual. Cuando se habla de estos últimos; se recurre al dibujo como medio y recurso para expresar de modo particular y novedoso en lo posible; las ideas al respecto de temas, marcas, servicios, productos, contextos, conflictos o problemas sociales.

En esta ocasión, la finalidad es mostrar que sirve y apoya para resolver problemas de diversa índole: gráficos, técnicos, crear nuevas ideas, objetos, modificar o lograr compatibilidad de materiales; permitir la memorización, la visualización, diversos ámbitos de manifestación, de discurso visual y lingüístico. Busca ampliar la capacidad para imaginar, interpretar, comprender, proyectar, actuar, expresar de forma particular y diversa el lenguaje gráfico.

Por lo anterior, conviene, este desposeído de gustos personales notorios de quien lo crea que se interponga entre el público, el mensaje, la información y la comunicación. Es relevante saber que interactúa y puede depender de otras

profesiones; por lo tanto, de otras personas y profesionales; ya que requiere ajustarse a una temática concreta, un contexto; usualmente cumple especificaciones técnicas para su reproducción masiva o industrial, para su eficaz aplicación y cumplimiento de sus objetivos.

El dibujo de diseño y comunicación visual; es la transformación del dibujo que muchos conocen, a un nivel especializado, simple o complejo que utiliza y aprovecha todas o casi todas las características del artístico principalmente, para representar o reconocerse como: boceto, ilustración, fotografía, logotipo, señal, página, cartel, empaque, original mecánico o arte final, medio impreso (anuncio), etc. De este modo, constituyen la evolución de comunicación visual, transformando sus materiales y soportes, mediante técnicas generalmente gráficas o pictóricas, ajustando la variación de la tecnología; para lograr una manifestación novedosa, impactante y de interés para el espectador, que lo convertirá en “usuario o consumidor”. Para ello, no se obliga plasmarlo o elegir una manera única de hacerlo, sino que surge de las cualidades y características específicas de la información precisa de uno o varios objetivos y de uno o unos estilos gráficos. Enseña a diseñar gráficamente a través de la comprensión de lenguajes gráficos, lingüísticos, cromáticos, técnicos y materiales entre otros. El dibujo como disciplina se usa como diseño gráfico y se hace con la idea clara de lo que es una empresa, institución, grupo, individuo, etc.

El tercer capítulo habla al respecto del dibujo semiótico. Donde se ocupa de mostrar la importancia de dibujar como medio valioso para la comunicación visual de una persona a otra(s) o de un objeto a una(s) persona(s).

La estructura de cualquier dibujo, se genera a partir de procesos que pueden comprenderse en un orden semiótico (con significado), depende básicamente de la creatividad y habilidad anunciadora de quien crea el mensaje. Este es considerado por

.....

algunos como una serie de signos que remite o no a un entorno conocido. El uso y manipulación de esos signos a través de códigos se convierte en lenguaje icónico y lingüístico principalmente. Sin ninguna duda, su finalidad es transmitir significados a partir de las construcciones de figuras, signos, símbolos, logotipos o pictogramas que están dirigidos a sectores de la sociedad para la convivencia y comunicación visual.

Es lenguaje gráfico que a través del tiempo ha sido codificado, formalizado y tiene reglas; se ha sistematizado de acuerdo a áreas específicas para brindar un mayor rendimiento. Como comunicar a grupos humanos muy distanciados en el tiempo. Proviene de una facultad humana de naturaleza lingüística. Es decir, de un sistema de “signos” convenidos.

Como lenguaje tiene un vocabulario que consta de elementos básicos (signos) e invariables: punto, línea, planos, matiz, textura, espacio, entre los más comunes. Es una convención porque por ejemplo; lo constituye un elemento gráfico básico como la línea que es la manera más común de concebirlo universalmente.

Es lenguaje sin y con fronteras, ya que puede ser captado en sus acciones más elementales por personas de diferentes culturas, idiomas o nacionalidades. En la era actual, la comunicación entre los diferentes pueblos es esencial, el lenguaje de la imagen ocupa un puesto de especial relevancia.

El dibujo es el vehículo más directo para informar de las cosas y actividades; constituye el lenguaje, con el cual se dice, explica o plantea en forma directa, inmediata un vocabulario de comprensión casi o universal y sintetizando, aquello que muchas veces requería gran número de palabras para hacerse comprensible. A esto se debe que en el diseño y comunicación visual se recurra en todo momento al dibujo para mostrar: detalle, objeto o algo que no este presente, explicar aquello que es sólo una idea y que se convierte en proyecto. Se encuentra constituido por elementos semióticos para producir mensajes bimedia principalmente. Por signos que construyen dibujos

.....

.....

mediante una articulación que se desarrolla en soportes particulares y a su vez en el espacio; conocidos como anuncios.

Donde los dibujos funcionan como estructura de integración de elementos que transmiten conocimiento, ideas precisas o visión determinada por algún motivo o petición para la solución de problemas o necesidades sociales.

El dibujo semiótico en este documento tiene la característica de ser planeado, creado y aplicado funcionalmente con dos objetivos claros: para la clasificación de los objetos, sujetos, lugares como productos y servicios; y la identificación de marcas e identidades (logotipos) para su presencia constante y difusión masiva.

Manifiestar, que el “dibujo” en este proceso puede ser el sustento de cualquier proyecto gráfico; llega a la reproducción básicamente como: anuncio, tarjeta, portada, cartel, señal, envase, promocional, libro, revista, folleto, historieta, etc.; estos medios o canales deben ser importantes e identificados como un proceso en la creación, presentación, preparación y reproducción en especial o en este caso de lo que se conoce como “medios impresos” para su distribución y consumo de modo sistemático masivamente.

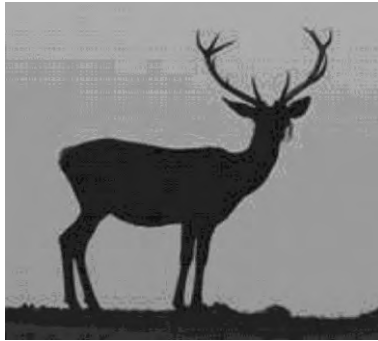
Resaltar que la tecnología para el dibujo se tiene entre las más avanzadas, diversificadas, en continúa renovación. La muestra más evidente es la transición del análogo al digital, tanto por la calidad ofrecida, como por su durabilidad; cualidades importantes para su reproducción y distribución. Es así que, las nuevas técnicas y tecnologías permiten que se adapte y despliegue para la socialización y comunicación visual.

.....



CAPÍTULO 1

EL DIBUJO:



ENTRE

NATURALEZA

Y CONVENCION



1. EL DIBUJO: ENTRE NATURALEZA Y CONVENCION



Figura 1. (Arriba). Para comprender que es dibujo es necesario considerar varios factores que influyen para su aparición y sus aspectos. Estos se pueden encontrar en la naturaleza (entorno) las imágenes, formas, luz, texturas, tamaños, puntos, líneas, planos, colores, etc., y en el ser humano en tres acciones principales: *instintiva*, *afectiva* y *racional*; los cuales le dan la opción de ser creativo e inventivo con formas que no se encuentran en la naturaleza, combinando elementos reales con los imaginarios.

Para explicar que es dibujo es necesario considerar varios factores que influyen para su aparición y sus aspectos. Estos se pueden encontrar en la naturaleza (entorno) y en el ser humano en tres acciones principales: *instintiva*, *afectiva* y *racional*; permiten el desarrollo de diversos enfoques del concepto, desde distintas opiniones, épocas, áreas, disciplinas que ayuden a apreciarlo como un conjunto de elementos tangibles e intangibles. La pretensión es identificar ese proceso de cambios que servirán como “recursos” para ubicarlos en su justa aplicación, para reconocer su especialización y cualidades en lo posible. El dibujo como cualquier otra actividad del ser humano se cree, inicia en la expectación

de sobrevivencia y convivencia; en la importancia de relacionarse y comunicarse con sus semejantes, organizar su entorno, lo cual ha sido una condición de desarrollo social, para ello, ha recurrido a cualquier medio que lo complementa y le conceda lograrlo en las mejores circunstancias, con cierta facilidad (*Figura 1*). Es una invención que le ha ayudado en una diversidad de necesidades de distintos ámbitos. El ser humano lo concibe como: imágenes, formas, objetos, seres, lugares, acciones, actitudes, comportamientos, fenómenos naturales y sociales, etc., reales o imaginarios. Con la práctica, desarrollo y análisis se pudo identificar que el dibujo tiene la cualidad de ser estructura de cualquier construcción: material, gráfica, pictórica, esquemática, icónica, comunicativa, etc. Al ser estructura deja el nombre y aspecto para acceder a otros de menor, igual o mayor complejidad como “pintura rupestre”, imágenes, formas, representaciones gráficas, ilustraciones, diseño gráfico, entre otros para informar y comunicar masivamente. En este trabajo la pretensión es identificar ese proceso de cambios que servirán como “recursos”

para ubicarlos en su justa aplicación y para reconocer su especialización, cualidades en lo posible.

Es importante que se note que el medio ambiente (naturaleza) comúnmente es percibido como fenómeno pasivo del cual se extraen recursos (materias primas) para la sobrevivencia del ser humano (Figuras 2). Es conveniente exaltar que pocos individuos investigan y descubren en éste, ser proveedor de otras posibilidades como “recursos” que van más allá: la *información*; por ejemplo, uno de los más significativos, si se logra en su comprensión amplia y diversa, le ayuda al individuo a obtener el conocimiento y utilización óptima de esos recursos en sus diversas actividades, en su vida. Ya que se logra identificar que *Gran parte de la información contenida en la naturaleza es referente a los temas de función, forma y material, temas centrales en el asunto proyectual, diseño y comunicación.*¹

Explorar en la naturaleza a través de la percepción; es fuente rica en la identificación del inicio del dibujo y sus posibles soluciones a problemas de diseño y comunicación visual. El potencial sensorial y el análisis confieren al individuo autonomía y pericia para evaluar aquello que lo rodea. *La percepción en el ser humano (este término deriva del verbo percipere en latín), cuyo significado es recoger, recibir, contemplar, descubrir, comprender, leer.*² Uno de los factores naturales que capta los estímulos e información del entorno y de sí mismo a través de sus sentidos (órganos sensoriales). Por los que el individuo capta, retiene y aprende cosas, seres, objetos, lugares, olores, sabores, consistencias, sus relaciones y comportamientos (como imágenes y formas del entorno). La sensación es la activación de los sentidos; la situación



Figuras 2. Naturaleza, en sus opciones de imágenes y formas diversas: luz, contraste, tamaños, etc.

¹ Vanden Broeck, Fabrício. El Diseño de la Naturaleza o la naturaleza del diseño. 1ª. Ed. Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México, 2000, p.6

previa para que se genere la percepción. Es un proceso que potencializó el desarrollo sapiente en el individuo para interpretar y comprender el entorno natural y luego social; todo lo que en estos últimos sucedía y sucede. Es la selección y organización de estímulos del ambiente para proporcionar experiencias significativas a quien lo experimenta. Ahora se sabe, que el individuo presenta atención de manera selectiva, natural y luego inducida, por algún motivo, interés o beneficio; que estimula sus conductas, decisiones, necesidades, deleites, gustos, etc.

Figura 3. (Abajo) Es la vista uno de los sentidos que permite captar el entorno y tratarlo como sensaciones, como datos e información diversa y en ámbitos específicos.

*“Casi desde nuestras primeras experiencias del mundo organizamos nuestras exigencias y nuestros placeres, nuestras preferencias y nuestros temores, dentro de una intensa dependencia respecto a lo que vemos”.*³



La percepción visual toma importancia primordial y paralelamente se complementó, con los sentidos restantes. Los fenómenos fisiológicos (naturales) se transformaron en psicológicos (sociales) como análisis externo e interno del individuo; lo que ahora se conoce como su interpretación, comprensión y acuerdo con los demás para su convivencia y comunicación (figura 3). Se cree que la percepción se desarrolló por el deseo del ser humano de: sobrevivencia, relacionarse con sus semejantes, por la necesidad para manifestar: emociones, funciones fisiológicas, curiosidades, experiencias, conocimientos, etc. A través de la destreza que adquirió de modo no verbal: gestos, ademanes, movimientos corporales (visual) y por medio de sonidos vocales (lingüística), que parecían quedar limitados para exteriorizar sus inquietudes, necesidades o intenciones de expresión; para poder interactuar con el entorno y otros

² Diccionario de la real lengua española.

³ Donis, A. Dondis. La sintaxis de la imagen (introducción al alfabeto visual). Ed. G.C., Barcelona, España, 2008, p.13

individuos (comunicarse); esto se plantea, ayudó a desarrollar la pericia de la visión de lo que lo rodeaba, de la observación (reflexión), a su vez, la habilidad y capacidad para comprender los fenómenos naturales (inteligencia) y lo que estos provocaban en su interior (sensación). Todas estas consideraciones llevan a plantear el carácter e importancia de la percepción. Y poder convenir la invención y práctica del dibujo como registro de esa información y esos conocimientos adquiridos; ya que, esta íntimamente ligado al acto de ver, que es difícil separarlo. La capacidad de dibujar en gran parte depende de la habilidad de ver con atención y análisis. Para Gombrich “*el ojo inocente no existe. No funciona como un instrumento autónomo y solo*”.⁴

Aprender a dibujar es algo más que ejercitarse para desarrollar una habilidad manual; es cultivar y procesar la información visual del entorno de modo especial en combinación y/o complementación con los sentidos restantes. Es posible deducir, que en gran parte, es proyección intencionada, ordenada y estructurada de la mente del individuo entre: emociones, sensaciones, razones, ideas, imaginación, sueños, visualizaciones, alucinaciones, etc., influida comúnmente por el entorno. (Figura 4). Y todas estas acciones son mentales antes que manuales; pueden mostrarse, expresarse y plasmarse de muy diversos modos con la imitación en principio, como dibujos, como trazos o marcas casuales y/o intencionadas al desarrollar principalmente la habilidad manual sobre una superficie material, gráfica o virtual.

Se intenta comprender, que el dibujo aparece entre *naturaleza* (imitación del entorno) y luego *convención* (representación del entorno en: signos, símbolos, escritura, fórmulas, etc.); para comunicar grupos humanos; se aplicó como



Figura 4. (Arriba). Con el dibujo pudo el ser humano transferir sus percepciones a las rocas o cuevas como registro de lo que lo rodea; después de lo que imaginaba, sentía y conocía.

⁴ Ernest H. Gombrich. Arte e ilusión. p.20



Figuras 5. (Arriba y abajo).
Ejemplo de Pinturas
Rupestrs. Cuevas de
Altamira España. Los
primeros dibujos de los que
se tiene cuenta.



sistema de signos, medio de representación gráfica, recurso y lenguaje, que ayudo a tomar muy diversos aspectos y nombres; estos últimos permanecerán sometidos a los cambios de épocas, estilos y culturas hasta nuestros días, permitió el desarrollo de la civilización a un nivel insospechado. Dibujo es un concepto ampliamente ramificado; que abarca múltiples manifestaciones de la vida; que el ser humano invento para transferir, contener y representar el entorno ecológico, social y virtual como información para organizar sus vivencias, experiencias, conocimientos y actividades.

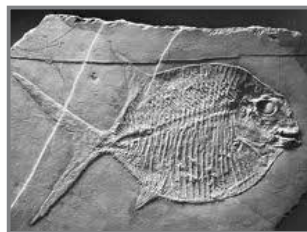
Los primeros “dibujos” encontrados como registro y muestra del desarrollo humano; se remontan a la prehistoria realizados en rocas y en las cuevas de “Altamira” o las de “Lascaux”; por ejemplo. Mejor conocidos como “pinturas rupestres”. Se encuentra como estructura básica en estas últimas, donde inicia el cambio de aspecto y nombre. (Figuras 5). Actualmente se sabe, que existen por diversas partes del mundo, incluyendo nuestro país, lo que les da un carácter universal y cada una tienen rasgos o aspectos propios de quienes las efectuaron. No se conoce con certeza, si están creadas con la intención de perdurar en el tiempo y el espacio como se han mantenido, lo que se sabe y se ha aceptado, que se aplicó como un “lenguaje” alternativo de señales, trazos y signos de origen natural (no verbal) que generó paulatinamente reglas para que el ser humano en sus inicios pudiera relacionarse socialmente y satisfacer una amplia gama de necesidades para su sobrevivencia. Quizás sin saberlo o teniendo algún nivel de sabiduría, nuestros antepasados desarrollaron el “dibujo” como medio necesario para la

realización de determinadas valoraciones, actividades, trabajos, mediciones, observaciones, reflexiones, construcciones, decoraciones e incluso protección y defensa, etc.; que se fueron desplegando como técnica o conjunto de habilidades, procedimientos y métodos de un oficio, arte o ciencia y como tecnología: uso de herramientas, aparatos y máquinas al estudiar los medios, las técnicas y los procesos empleados en las diferentes actividades y profesiones de las sociedades.

El dibujo “rupestre”, el primero que se conoce; dará paso a todos los aspectos materiales, gráficos y virtuales posibles en diferentes áreas y tareas del ser humano. Es en la naturaleza, donde el ser humano descubre y se apropia de todos los elementos visuales y gráficos que conoce. Donde aprendió a observar los fenómenos que suceden como imágenes, que la naturaleza está creada de formas y estructuras biológicas, y esta, a su vez crea formas a partir de elementos básicos y al hacerlo se dice que: refleja, dibuja, plasma, proyecta, graba e incluso esculpe a través de: la imagen como reflejo en un charco, en un lago; la preservación de la misma como fósil o su abstracción en la presencia y ausencia gradual de la luz del sol, que generaba un ambiente de “claroscuro y matización” o la fogata que ocasionaba en las cavernas “siluetas o figuras” de si mismo y sus compañeros en alto-contraste o en la proyección de sus sombras; en las huellas de los animales o de otros humanos dejadas en el fango, la arena o la nieve como grabados en hueco. Que son entendidos y constituyen los primeros dibujos plasmados, no hechos por la mano humana. (Figuras 6). Por otro lado, las sustancias, pigmentos o materiales naturales como color le sirvieron para imitar y plasmar su entorno y sus visiones de modo accidental e intencionado. El ser humano con sus manos y algunos objetos (herramientas) traslado esos estímulos e información



Figuras 6. (Arriba) Imágenes del entorno que pudieron plasmarse momentáneas o permanentemente en alguna superficie sin la intervención humana.



observándolos en el momento o retenidos en su memoria, a las piedras o cavernas (superficies o soportes), no faltaron los dibujos de sus manos “en negativo”, cuando salpico pigmentos (sangre o color); generando manchas, plastas, textura o degradación. El dibujo puede iniciarse con cualquier instrumento, objeto o acción que lo admita: trazo, incisión, esgrafiado, disposición, doblez, salpicado o estarcido, etc. Se sabe que el ser humano salpicó para transferir un dibujo (forma o imagen), entonces se puede inferir que es generado en diversas opciones según las habilidades, ideas o imágenes mentales de quien lo

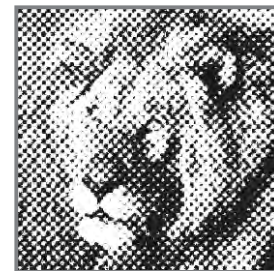
realiza (Figura 7). Y aprendió con la práctica y el tiempo de modo organizado y sistematizado a copiarlas, plasmarlas, reproducirlas, leerlas, interpretarlas e inducir las quizá, como: emociones, conocimientos, habilidades, instrucciones, decoraciones, vestigios, etc. Los factores básicos de composición visual y/o gráfica que ahora se conocen, están presentes desde su origen: luz, formas, figuras, sombras, colores, volumen, puntos, líneas, planos, texturas, armonías, contrastes, estructuras, proyecciones, perspectivas, etc.



Figura 7. Dibujo plasmado accidental o intencional por la mano humana. (Literalmente).

En la socialización del dibujo, la naturaleza, el órgano de la vista y la mano del ser humano comúnmente son elementos que interactúan para crearlo con cualidades y aspectos particulares de quien lo ejecuta; a través de acceder a la abstracción en sus percepciones (elementos básicos que componen un ente para su reconocimiento y representación) de las imágenes y a su vez de la formas en el entorno. Se reconoce como la habilidad que tuvo el

ser humano para transferir de su mente la imagen como dibujo; que en un primer momento se conoce precario, burdo pero conciso. Por ejemplo; la naturaleza aplica gradualmente a través de la luz solar la iconicidad sobre las [formas e imágenes del entorno]; es decir, en principio se muestra la cantidad de realismo, en detalle; el objeto o las cosas tal cual son en el entorno.⁵ La iconicidad es una convención motivada, artificial y no arbitraria para inducir al dibujo. Cuando la luz tiene la intensidad que lo admite y el individuo puede reconocerlas, detallarlas y diferenciarlas. Aparece como abstracción sobre las imágenes y formas, si la intensidad de la luz baja o varía radicalmente a tal grado de darse su ausencia. Esta dicotomía de la luz solar en presencia y ausencia drástica o gradual, es muy importante; ya que permite precisar o no la visión del entorno entre objetos, seres, lugares en tres niveles básicos: realismo (detalle), claroscuro (matización y entonación gradual), alto-contraste (plasta), (Figuras 8). Así, la abstracción puede ser comprendida por el individuo como: modos de ver, de representar, de comprender y de expresar en diversas técnicas y modalidades el dibujo, el entorno y sus ideas, creencias, fantasías, etc.; induciendo a la imaginación; ya que hay ocasiones que se dibuja lo que se ve o se cree ver y otras se ve interna o externamente lo que se quiere dibujar.



*“La psicología de la Gestalt afirma que la mente simplifica el entorno a fin de comprenderlo. Ante una composición cualquier forma se entiende al reducir el motivo que abarque el campo de visión a los contornos más elementales y regulares que sean posibles”.*⁶

La luz solar es en gran parte, la responsable de provocar casi o todos los factores que describen la Iconicidad y la abstracción

Figuras 8. Iconicidad y abstracción.
(Arriba) Detalle,
(en medio) claroscuro
y (abajo) plasta.

⁵ Moles Abraham. La imagen. Edit. Trillas, México, 1991/1999, p. 15

⁶ Gestalt.

Figura 9. (Abajo). Influencia de la luz en la cualidades y calidades de la imagen del entorno.



como dibujo: el color; por ejemplo, otro elemento natural importante que permite entender el dibujo plasmado entre cromático y acromático de las sustancias con las que se traslada en diversas condiciones arbitrarias e intencionadas. El fenómeno del color está muy ligado al de la iconicidad, ya que este aparece, se transforma o desaparece; surgen quizá simultáneos o por separado y ambos suceden en la interacción de la luz en presencia y/o ausencia de la misma; en el entorno. Frecuentemente, el color se da por propio en los objetos o cosas y se usa generalmente como “realista y descriptivo” por muchos individuos; no se relaciona directamente con la luz; no se le considera en sus posibilidades de aplicación: primarios, secundarios, mixtos, etc.; lo que hace difícil reconocer su importancia en el origen del dibujo como elemento primordial para su existencia y el acto relevante que le permite desempeñar en particular, en el universo visual y gráfico. Pero, no sólo es el color; hay otros factores que aparecen simultáneamente: el volumen, la textura, el espacio, la degradación, entre otros. Y permite verlos como cualidades, calidades y opciones del dibujo en el campo de acción visual y/o gráfico. (Figura 9).

Lo anterior ayuda a comprender, que la abstracción que sucede con las imágenes y las formas de la naturaleza (biológicas); el ser humano pudo aplicarlas gráficamente como: formas regulares o irregulares, dibujos u objetos creados por él; ya sean visuales y/o lingüísticas, cromáticas o acromáticas, reales, ficticias o virtuales. Desde entonces el dibujo es abstracción o simplificación del entorno donde sólo se ha retenido lo esencial, para lograr su reconocimiento y memorizarlo; a la vez su representación (estar en lugar de algo real, gráfica o virtualmente) (Figuras 10). Y en estas acciones estaban y están

implicados procesos mentales superiores: el pensamiento, la imaginación, la memoria, el habla y cualquier otra forma de “cognición”; como experiencias inmediatas y estructuradas; posteriormente, se dio un enfoque elaborado e interpretado con objetivos precisos y necesarios.

Por otro lado, las imágenes y las formas del entorno, de los seres y de las cosas son la representación y expresión “rudimentaria” que dieron origen a la escritura, considerada como parte integral y la más abstracta del dibujo. “El punto de fusión de esta metamorfosis cristaliza en su estadio intermedio entre la figuración y la abstracción: el pictograma que está en el nacimiento de casi todas las escrituras”.⁷ Se sabe que a la representación esquemática de escenas, personas, animales y objetos, siguieron las inscripciones de “ideogramas” (representación gráfica de ideas o conceptos). Posteriormente surgieron los “jeroglíficos” (figuras y símbolos de escritura) (Figura 11); en su origen cada dibujo representaba un objeto concreto, ser o lugar, después se llegó al signo y el símbolo convencional, la letra y el alfabeto que concretan ampliamente el sentido de la expresión genérica. A partir de esto, se pudo tener el inicio de la escritura tipográfica primitiva; ya que a la representación ideográfica abstracta se le agregó el complemento fonético. En su evolución se concretan signos a manera de letras vocales y consonantes en el caso de Occidente. Esta es la escritura “hierática” o los primeros “tipos” legibles y fonéticos. La letra desarrolló un proceso de depuración hasta llegar al alfabeto actual, que tiene dos maneras básicas de dibujar: mayúsculas (grandes) y minúsculas (pequeñas) (Figura 12). Cuya interacción se acepta como: sílabas, palabras, oraciones, párrafos, manuscritos



Figuras 10. (Arriba). Dibujos que muestran cualidades de abstracción

sin perder su reconocimiento.

Figura 11. (Abajo). El dibujo llegó al signo y símbolo convencional de acuerdo a la cultura en que nace.



7. Costa Joan, Raposo, Daniel. La rebelión de los signos (alma de la letra). Edit. Trujía Editores., Argentina., 1999, p.14

Figuras 12. (Arriba). Para la escritura se adoptó un adecuado trazo en su dibujo, que permite su diversidad.

Figuras 13. (Abajo) Distintas cualidades de la letra que presenta también lo icónico: sólido, hueco, textura, itálico, etc..

o documentos. A través del tiempo se muestra como la letra se ha enriquecido y especializado en su aspecto y uso en distintas áreas y profesiones.

Para la escritura se adoptó un adecuado trazo en su dibujo fácil y simple. Al que se le llamó “Uncial”, aspecto que explica muchos rasgos de escrituras, letreros o rótulos, textos, tipografías, tipo-iconografías (tipos que actúan como dibujos y viceversa). En este sentido las letras evidencian que tienen un origen, construcción y tratamiento igual o similar al dibujo, incluso se les reconoce en algún momento como esté, por producir efectos: estéticos, psicológicos, visuales, gráficos, conceptuales, simbólicos, abstractos, esquemáticos, etc. (Figura 13).

Se sabe que las herramientas e instrumentos gráficos fueron y son el “estilo” de las letras, como sucede con el dibujo; es la técnica y las superficies las que promueven su utilización, calidades y aspectos. Se consiguen manual, mecánica, fotomecánica o digitalmente en la actualidad.

Las letras como dibujos, al igual que el dibujo, se hace necesario atender que la identificación y lectura sea fácil, legible y que ofrezcan efectos deseados e inducidos para una eficaz “función” de lo que le son propio en la comunicación visual. Actúan similar y para lo anterior, se les puede aplicar: contraste, color, textura, volumen, escala, proporción, perspectiva, relleno, contorno, etc. Al fin y al cabo como decía Kandinsky: “Dibujar es

coincidencia del pensamiento, de la razón y las emociones, que se como *escribir*”.⁸ Dibujo y escritura se manifiestan como

México, D.F., 2001, p. 12

⁸ Kandinsky Vascilly. Punto y línea sobre el plano. 2ª. Ed. Edit. Colofón, S.A.,

asocian a la intención comunicativa en sus distintas posibilidades. La coincidencia es la manera abstracta, literal, signíca, simbólica o metafórica que se le da a unas y a otro en representar, significar, informar y comunicar:



*“Este es el sentido en el que se puede comprender el carácter del dibujo como lenguaje. Al igual que la escritura se usa para comunicar y expresar pensamientos y sentimientos...El lenguaje de las palabras y el lenguaje de las formas coinciden en que ambos recurren a equivalencias para traducir la realidad”.*⁹

Los conceptos sobre el dibujo han sido muy diversos. En general, no incluyen la escritura como parte esencial del mismo; comúnmente se propone como una actividad diferente y hasta de menor importancia, aunque considerada arte. *“Hasta hoy, en este amplio horizonte, el termino “signo” (del latín signum) significa al mismo tiempo signo y dibujo: signo como “unidad mínima de sentido”, y dibujo como “forma construida”.*¹⁰ Pero en este documento, a través de la experiencia adquirida en la práctica y conocimiento del dibujo se intenta definir el concepto como posibilidad de tener una comprensión general y particular para el diseño y comunicación visual.

El dibujo es el registro, la expresión directa de lo que se ve en el entorno, la memoria y la fantasía, esta última es la que nos guía a través de la imaginación. Unas veces imita, copia, otras son creativas e inventa formas que no se dan en la naturaleza, combinando los elementos del entorno con los imaginarios. La escritura y sus signos que la componen; por una parte, son esos elementos imaginarios, con los que se puede representar: individuos, objetos, lugares, cantidades existentes o no; al nombrarlos o al escribirlos y hacerlo incluso de manera especial, particular e individualizándolos, dotándolos de identidad. (*Figura 14*).

Se dice, que es una actividad convencional ligada a lo manual para representar gráficamente lo tangible; objeto, ser, lugar; y lo

⁹ Díaz Padilla, Ramón. El dibujo del natural. Ediciones Akal, S.A., Madrid, España. 2007,p.312

¹⁰ Costa Joan, Raposo, Daniel. La rebelión de los signos (alma de la letra). Edit. Crujía Editores, Argentina, 1999, p.

11

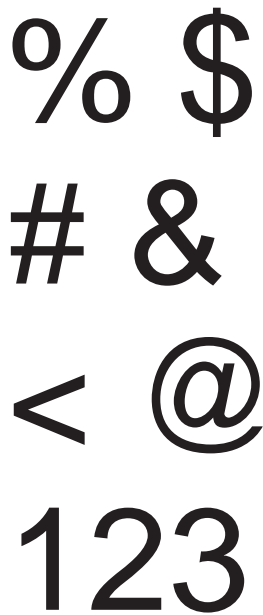


Figura 14. Algunos de los signos que no se dan en la naturaleza. Se originan por necesidades sociales: marcar, distinguir, contar, registrar, etc. muchos de ellos generados por el dibujo, o mostrados como parte de éste.

intangible: idea, sentimiento o pensamiento, con cierta habilidad para realizarlo y en ocasiones depende de los materiales, las herramientas y las sustancias utilizadas para tomar un nombre o ser una técnica (carbón, sanguina, gis, óleo, acuarela, etc.). En el caso de la escritura se le suele nombrar firma, taquigrafía, rótulo, letrero, fórmula, esquema, etc.; pero no necesariamente son manuales ya que, son diversos y tecnológicos, lo que ayuda entender el paso a la tipografía, la pintura, el grabado, la ilustración, el collage, la fotografía, al entorno digital. En todos los anteriores se le encuentra como la estructura básica de cualquiera de estas técnicas pictóricas, plásticas, artísticas o de diseño gráfico, por ejemplo; pero puede existir por si mismo, como una obra consumada y en ocasiones mixta entre técnicas y/o texto e imagen. Es, la manera como se representan, explican e interactúan los individuos en el entorno natural y social. A su vez, el medio de comunicación visual entre estos, de una localidad o del mundo. Pero tanto, en un caso como en otro, el individuo (artista) se enfrenta al desafío de plasmarlo con suma calidad. Con diversas técnicas, reglas o códigos utilizados en el dibujo, unas intuitivas y otras instruidas posibilitan esta variedad de funciones.

El dibujo y la escritura, lenguajes de entendimiento recíproco entre individuos del mismo grupo, cuyo desarrollo dispuso durante millones de años, aunque ciertamente apoyados por otras formas de expresión. Ha pasado a la posteridad, como el resultado de la realidad natural y social por la que ha transcurrido como lenguaje visual y literario de modo participativo donde subyacen representaciones figurativas, diversas, arbitrarias, adaptadas y concretas.

“Poco a poco las sensaciones se convirtieron en signos, al ser índices de alguna realidad y poseer rasgos específicos: lo icónico, lo

*olfativo, gustativo, táctil o auditivo. El hombre extrajo un lenguaje de cada uno de sus cinco sentidos, por lo que el lenguaje se convirtió en conocimiento...Después el hombre obtuvo la capacidad de simbolizar sus sensaciones”.*¹¹

De tal modo, qué la escritura y el dibujo son una especie de tecnología que configura el entorno artificial (social), al ser objeto y sujeto de comunicación visual y gráfica. Ya que se emplean para representar (hacer presente) casi cualquier cosa real, irreal o inexistente, que a veces no se puede expresar claramente sólo con palabras. *“Sin embargo, no es así exactamente. El individuo que sabe reconocer intuitivamente en un [dibujo] el objeto que representa, no siempre sabe descifrar un escrito: necesita saber leer, conocer el código”.*¹² (Figuras 15).

De esta manera las ideas, el objeto y su representación se convierten en signos intuitivos e instruidos (el signo esta en lugar de algo, su objeto o significado) o símbolos (signo que representa un sujeto en particular o que tiene su existencia objetiva) y son portadores de significados en cualquier representación mental, gráfica o material. Se logra inferir que el dibujo es una serie de elementos diversos; intangibles y tangibles entre movimientos de extremidades, gestos, sonidos, sensaciones, ideas, imaginación, acciones, conocimientos, trazos, signos, escritura, objetos, sustancias, materiales, independientes o participando algunos o todos a la vez.

“El dibujo proviene de una facultad humana de naturaleza lingüística...Que en buena cuenta, para nosotros será un lenguaje que resultará siendo matriz de todos los lenguajes visuales. Entonces el dibujo lingüístico pasó a trazos que consistía en



Figuras 15. El entorno, las ideas, el objeto y su representación se convierten en signos (dibujos) intuitivos e instruidos.

¹¹ W. Acha, Juan. Teoría del dibujo (sociología y estética) Ediciones Coyoacán (Arte) México, D.F., 1999-2004., p.9

¹² Costa Joan, Raposo, Daniel. La rebelión de los signos (alma de la letra). Edit. Cujia Editores., Argentina, 1999, p.14



Figura 16. “Justamente a partir de las especializaciones propias de la imagen y del texto como lenguajes, el diseño gráfico consiste en crear una serie de interacciones entre ellos, que podemos llamar con toda propiedad sistema bimedia.”

representar gráficamente una realidad visible y muchos años después a ser escritura; a su vez a ser objeto”.¹³

Lo que ayuda a admitir, que sustenta los dos sistemas básicos de la comunicación visual; que se han desarrollado por separado e independientes como lenguajes. Pero que se mantienen en convergencia (Figura 16). Al respecto dice Joan Costa:

“Justamente a partir de las especializaciones propias de la imagen y del texto como lenguajes, el diseño gráfico consiste en crear una serie de interacciones entre ellos, que podemos llamar con toda propiedad, un sistema bimedia. Ambos modos de expresión se conjugan, se refuerzan a favor de la mayor funcionalidad comunicativa y la mayor expresividad”.¹⁴

Es posible observar que no sólo es imitación gráfica diversa (representación bi o tridimensional); es invención al proponer modos de ver; es expresión visual (modo específico de “decirlo o mostrarlo”); es creación (existencia material o virtual: superficie, objeto, escultura, herramienta, máquina, etc.). Así, se logra comprender la manipulación y construcción de todo tipo de objetos o la modificación de estos de manera planeada, que se realizan comúnmente por fases. Pero también, es conocimiento; o sea, la información y la comunicación para que lo anterior suceda como proceso intencionado y sistematizado que solucione necesidades sociales.

De este modo el dibujo tiene dos manifestaciones básicas de existir icónico y lingüístico y depende de como actúe como estructura para que tome otros aspectos y en consecuencia otros nombres, que en este documento interesan como: imagen,

¹³ W. Acha, Juan. Teoría del dibujo (sociología y estética). Ediciones Coyoacán (Arte) México, D.F., 1999-2004, p.34

¹⁴ Costa, Joan. Diseñar para los ojos. 1ª Ed. 2003, Grupo Editorial Design. La Paz Bolivia, p.44

forma, representación gráfica, ilustración, diseño gráfico; por ejemplo, para comprender su nominación es necesario saber su utilización específica e idónea; es necesario apreciarlo como: una diversidad de vivencias, experiencias, acciones y aspectos que definen como transformar los fenómenos naturales y sociales en información y la información en conocimiento y comunicación. Conviene tener la idea clara de la pluralidad de sus mecanismos, aspectos, estructuras y funciones, además de las diversas maneras de enfocarlas y aplicarlas.

Esas muchas maneras con que se nombra al dibujo se muestran como aspectos, etapas o niveles por las que atraviesa, en el tiempo, en su concepción, en las culturas y su aplicación o en el proceso de cualquier proyecto gráfico, resultado de su diversificación y especialización. En ocasiones, se nombra imagen de manera indiscriminada y común a todo modo de explicar el entorno natural y/o social, se generaliza o cuando se trata de ser más específico en su realismo, formas, dimensiones, texturas, color, existencia, realidad o imaginación. Se denomina forma para describir cualidades sensibles de los objetos o superficies por su aspecto exterior, por los cuales se diferencia o iguala. Se habla de representación gráfica si se alude a un aspecto o presencia abstracta del mismo, como: formas, trazos, signos, símbolos materiales o virtuales; en otros casos se le llama ilustración al mostrar opciones de representación al aplicar variadas técnicas y conjuntarse con otros sistemas de comunicación que permiten hacer más fácil la comprensión o distinción de lo que se habla (un tema) e incluso se le califica diseño gráfico, como suma y aplicación de etapas alternadas o sucesivas de lo inmediato anterior en secuencia y consecuencia de su utilización en contextos, áreas y actividades específicas, que se sistematizan

Figura 17. (Abajo). El dibujo esta presente en cualquier obra gráfica que incluya o no texto. En este ejemplo se logra dibujar posicionando elementos reales o gráficos. Es posible sobre una estructura conocida.



para generar normalmente mensajes visuales y lingüísticos, identidades, objetos, productos y servicios de modo intencional, de consumo masivo. Donde se comprende la participación “bimedia” del dibujo, conjuntada igualmente con otros lenguajes gráficos como el cromático, los materiales, los soportes, entre otros.

De este modo es posible entender que constituye la estructura que apoya el desarrollo de otros aspectos con la ayuda de técnicas y tecnología. Estructura indispensable que esta presente en los orígenes de cualquier tipo de creación pictórica, plástica, gráfica o de diseño en el sentido más tradicional del término en cualquiera de sus facetas (*Figura 17*). A partir de esta exploración del dibujo; vincula otras formas propias de comunicación que están cambiando vertiginosamente por los medios que se llaman digitales. Se ha transformado de lo análogo a lo digital de manera sorprendente.

Desde este punto de vista se pretende considerar características que ayuden a determinar sus aspectos, carácter, elección, combinación y aplicación para lograr los objetivos deseados en la comunicación visual. Lo anterior intenta destacar un discernimiento más amplio de lo que se conoce como dibujo y su trascendencia; mostrarlo más allá de la noción del trazo o apariencia lineal; en lo viable exponer que es un tipo de dibujo especial. Tratar de identificar, plantear y comprender un proceso de transición del dibujo de lo natural a lo convencional y sus distintos aspectos. Comprender el dibujo desde distintos puntos de vista y aplicaciones exclusivas en las diversas áreas y actividades gráficas, visuales, de diseño y comunicación visual de manera especializada y profesional para eliminar ambigüedades.

“El dibujo se presenta para su comprensión como un fenómeno que abarca aspectos entre los cuales destaca el histórico, que se encarga del devenir de las técnicas, el psicológico enfocado al estudio de las operaciones sensoriales, el estético referido a sus posibles efectos en la sensibilidad, el sociológico que analiza su papel en las colectividades y el cultural concerniente a la interacción del dibujo con otras actividades humanas”.¹⁵

Por lo cual, toma el nombre según el proceso de formalización de una imagen mental o idea, por sus trazos, herramientas, materiales y soportes usados, temas, contextos, públicos, entre otros; en el tiempo, en el espacio y en las diferentes culturas; que permiten establecer una relación de reconocimiento y conformación de sus lenguajes principales icónico y lingüístico (bimedia) uno, otro o mixto o por la tecnología con que esta producido el dibujo. Esté provocó la tecnología de la imagen del entorno como un proceso de sustitución: real, visual, gráfico, escrito, digital. Recorriendo una escalonada que va de lo primitivo (manual), a la tecnología (mecánico, fotomecánico y/o digital) de modo que las herramientas y aparatos están creados en la opción a representar la imagen del entorno en todas las condiciones, cualidades y calidades posibles que son entendidas como recursos gráficos en los distintos contextos y necesidades de comunicación social. (Figura 18). Como opción de realismo y credibilidad que parecen ser más objetivos por el uso de aparatos y/o máquinas; que parecen ser más precisos que las habilidades manuales humanas. Entonces se le nombra al dibujo de diversos modos, quizá por sus procedimientos de configuraciones elementales, expresivas, tendencias estilísticas, etc., establecidos en un entorno de



Figura 18. El dibujo utilizo cualquier recurso que le permitiera registrar el entorno como verdad, como exacto.

15 W. Acha, Juan. Teoría del dibujo (sociología y estética) Ediciones Coyoacán (Arte) México, D.F., 1999-2004., p. 12

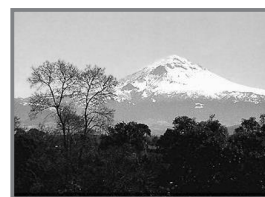
interpretación y denominación, al modificar o inducir la conducta del individuo, con la que se establece la relación y se entiende o no su lenguaje, la más común es imagen.

1.1. IMAGEN

Existe en el entorno como ente natural indistintamente del ser humano, concebida como la interacción de elementos y factores como: formas, objetos, seres, lugares, climas y tiempo principalmente. Es la percepción la que da paso a captar esos elementos y factores como imágenes en la interacción con el entorno, por la cual se aprenden y diferencian cosas. Los individuos las reciben como estímulos del ambiente a través de sus cinco sentidos esencialmente. Como un reflejo, captadas con su vista uno de los principales sentidos, a su vez, son producto de la capacidad del ser humano de retenerlas o memorizarlas y poderlas emitir por medio del dibujo inicialmente como copias o abstracciones y en la combinación de ambas como iconos y letras u otros signos. De este modo sirven de auxiliar del pensamiento; constituyen el medio por el cual el mismo adquiere forma y sentido; por lo tanto, sirven para comunicarse e intercambiar ese pensamiento. Los individuos según su cultura o distinción geográfica interpretan el mundo que los rodea y el que tienen dentro de sí mismos, por medio de las imágenes del exterior y su interior. Las que el individuo tiene en su cabeza son denominadas imágenes mentales, ya sean voluntarias o no: las ideas, pensamientos, sueños, alucinaciones, visualizaciones, fantasías, etc., propiciadas directamente por la vista, la memoria y la mente. Sin embargo, hay que considerar la visión de imágenes auditivas, olfativas, táctiles, gustativas, que influyen del mismo modo en el individuo.

Las imágenes mentales se crean, un modo de reflejo del entorno en el interior del individuo que al principio pretenden sostener relación con un real, como punto de referencia objetivo y coherente. (Figuras 19). Que en la mente del individuo son modificadas, abstractas y plasmadas de modo instintivo hasta llegar al modo instruido en variedad de opciones; esto se descubre al momento de manifestarlas como dibujos y con la ayuda de diversos medios gráficos, materiales, técnicos, tecnológicos, etc. El dibujo no sólo busca simular lo real por que es necesario o preciso para trasladar con exactitud ideas, significados, comentarios, explicaciones, valores, orientaciones, conocimientos, invenciones, etc. Sino porque, estas cualidades ayudan a la comprensión y coherencia en su uso; en muchos casos como opciones gráficas o representaciones para el intercambio de información o comunicación precisa, concreta.

Designadas como “*imágenes creadas o sintéticas*” propiciadas por el dibujo mediante diversidad técnicas gráficas: pintura, grabado, collage, fotografía, vectorial, entre otras. En la interacción con el ser humano estas suelen existir como únicas u originales o copias de las copias; se transformarán en algunos casos, por las necesidades o los requerimientos que convengan mostrar y cumplir como: copia, boceto, esquema, gráfica, escritura, ejemplar como objetos o materialmente; se volverán elementos que pueden manipularse para ser utilizadas intencionalmente para la comunicación visual, por ejemplo; de diversas formas (aspectos), en distintas cantidades, condiciones gráficas, efectos visuales, etc. Así, concede entender su manipulación para lograr los distintos aspectos y significados que toma su grado de iconicidad (Figura 20) como lo propone Abraham Moles:



Figuras 19. (Arriba). La imagen es la percepción del entorno para después ser copiado, modificado, propuesto y plasmado por cualquier recurso que lo permita con calidad y facilidad, en esta acción habitualmente esta implicado el dibujo.



Figura 20. El dibujo posiblemente surge de la condición de abstracción al resumir el color, la forma, la textura, etc., de las imágenes a partir de la modificación de la luz natural sobre estas.

*“La iconicidad es magnitud opuesta a la abstracción, es decir, la cantidad de realismo, el aspecto icónico, la cantidad de la imaginería inmediata, contenida o retenida en el esquema. Es la proporción de una especie de concreción conservada en el esquema. El objeto, tal cual es, poseería una iconicidad total, la palabra que lo designa; por el contrario, una iconicidad nula”.*¹⁶

La iconicidad o materialidad de la imagen no se presenta estrictamente de la naturaleza a la abstracción. También se logra comprender de un objeto ficticio o artificial hasta su reducción signíca, mínima lingüística y/o visual. La iconicidad se genera en viceversa, del signo abstracto transcurre a la “naturaleza” del signo. Y lo hace para servir de medio o canal de comunicación visual generalmente; puede ser por su historicidad, aspecto, valor estético, funciones sociales, calidad, estandarización, reproductividad, etc.

Y esto es particularmente importante porque con ello se llega al dibujo que se propone como un sistema de comunicación visual de modo literal y metafórico o figurado. Dos de las formas de ejercer el lenguaje. El sentido figurado tiene lugar usualmente, cuando el significado de [las imágenes] y los signos es utilizado fuera de su sentido habitual. Este nivel de comprensión necesita de vivencias y experiencias del individuo para comprender rápida, fácil y ampliamente. Las figuras que resultan en la mente, muestran algún principio del lenguaje figurado. Se comportan como visiones fantásticas.¹⁷ La imagen se considera lenguaje que requiere códigos, produce significación, tiene semántica y retórica propias.

La imagen creada por el ser humano se sustenta en el dibujo generalmente, dependiente de una superficie o un soporte o puede ser el soporte a la vez; ya sea real o virtual para exhibirse o

¹⁶ Moles Abraham, A. La imagen (comunicación funcional), Ed. 1ª, Edit. Trillas, México, 1999, p.24

¹⁷ Alejandro. De la retórica a la imagen. Universidad Autónoma Metropolitana, División de Ciencias y Artes para el Diseño. Ed.

anunciarse intencionalmente y con objetivos: Comúnmente requiere de algunos canales para ampliar esas formas de manifestarse a un nivel masivo y específico. Para lograr la comunicación visual relevante.

*“La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios masivos de comunicación”.*¹⁸

En este sentido, la objetividad de las imágenes reales o mentales se ha mostrado como dibujos de manera material como aquellas que se pueden tocar, ampliar, fragmentar, mutilar. Mirarlas desde lejos, de cerca, que son coloreadas o sin color, hechas a lápiz, con piedra o materiales diversos. Que en contacto con el ser humano se vuelven objetos, a los cuales se les ha agregado una gran variedad de usos y valores. Así, lo expresa Fernando Zamora A.:

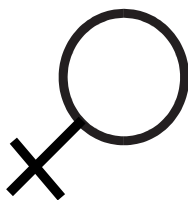
*“La materialidad de la imagen... Gracias a ella la imagen es un objeto no sólo visible, sino tangible, medible, transformable, fragmentable, mutilable, transportable, destruible, vendible, [intercambiable y comunicacional]; un objeto que puede ser ocultado, exhibido, adorado, odiado, copiado, reproducido”.*¹⁹

La imagen del medio ambiente génesis del dibujo haciendo referencia a Abraham Moles que describe el dibujo como etapas o recreación de la imagen real a la imaginaria:

“El dibujo se muestra como los contornos de una imagen real, ya

18 ídem, p.105

19 Zamora Águila, Fernando. Filosofía de la Imagen. 1ª. Ed. UNAM, Escuela Nacional de Artes Plásticas, México, 2007, p.96



Figuras 21. (Abajo). El dibujo como imagen es un proceso de sustitución que se puede hacer mediante diferentes grados de semejanza, es decir, un dibujo puede parecerse mucho al original que representa (real), puede parecerse poco (abstracto o figurativo), o puede no parecerse nada (simbólico).

20 Moles Abraham, A. La imagen (comunicación funcional), Ed. 1ª, 1999. Edit. Trillas, México, 1999, p.13

sea un ser, un objeto o lugar. Se hace sobre un fondo, puede aparecer en negativo o positivo. Agregando el color como parte de un realismo, a su vez la rotación, el posicionamiento, la profundidad de los dibujos como puntos de vista del realizador, la yuxtaposición significativa de los elementos visuales, que llevan a el modelo dibujado en aspectos coincidentes o no de su textura, su relieve, sombreado, su bidimensionalidad o tridimensionalidad”.²⁰

El dibujo como imagen es un proceso de sustitución que se logra mediante diferentes grados de semejanza; un dibujo puede parecerse mucho al original que representa (real), parecerse poco (abstracto o figurativo), o no parecerse nada (simbólico). (Figuras 21). En este último aspecto son casos que tienen una argumentación especializada en su elección y uso.

Con frecuencia, las características visuales de las imágenes gráficas no existen en la realidad. Responden más bien a criterios de “utilidad” dirigidas a la facilidad de: legibilidad, visibilidad, simplicidad, coherencia, representatividad, conocimiento, estereotipo, novedad, invención, reconocimiento, simbolismo, manipulación y reproducción comúnmente.

*“De tal manera que la imagen será tanto documento, materia prima del pensamiento como comunicación, modo de transmisión de este pensamiento. La imagen busca según los casos, volverse lo más realista posible, erigirse como sustituto de las cosas que representa o por el contrario, esquematizar lo real, y así, facilitar las etapas para su comprensión”.*²¹

La imagen como dibujo y sus aspectos representan e ilustran cuando están dirigidos estética y “artísticamente”, y funcionan conjuntamente con un tema, lenguaje y/o contexto seleccionados

21 Ibidem, p.132

para la comunicación visual. Hoy en día se expresa en técnicas y medios muy variados que incluyen gran diversidad de aspectos (dibujos, grabados, ilustraciones, fotos, vectores, mapas de bits, entre otros). El aspecto es una representación particular de la expresión gráfica, se crea al utilizar elementos gráficos elegidos y definidos, con características especialmente exigidas por los distintos procedimientos de composición y reproducción; por ejemplo, impresión. Y por la claridad concisa y evidente para cumplir su función concreta de informar y comunicar al espectador. Es una manera de concebir, materializar y comunicar las ideas, que se expresan a través de un contexto específico.

Conviene insistir que la imagen puede ser síntesis que compacte la idea, el concepto y la comunicación a la mínima “expresión gráfica”, como dibujo; sin dejar de ser clara y significativa para el espectador. Ya que la imagen en cualquiera de sus aspectos: forma, dibujo, signo, por ejemplo; tiende ser soporte que materializa el entorno en fragmentos, que constituye el mensaje (bimedia), uno de los componentes primordiales de los medios masivos de comunicación visual en el universo de las imágenes fijas principalmente y que son de interés en este caso. Están constituidas principalmente por formas y elementos básicos: punto, línea, plano y otros: colores, texturas, contrastes, textos que darán como consecuencia el dibujo.

1.2. FORMA

Se ha reflexionado que el dibujo es resultado de la peripetia del individuo de “ver, percibir y plasmar” el entorno natural, donde: existen, ven, identifican, manifiestan y memorizan las

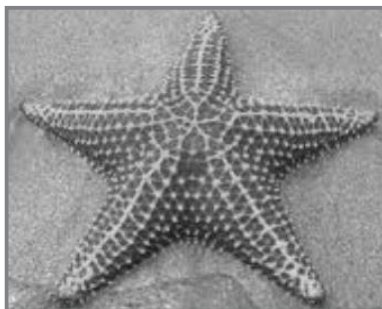


Figura 22. (Arriba). En la estrella de mar se pueden identificar formas geométricas en su estructura.

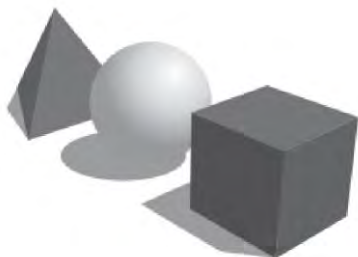
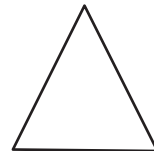
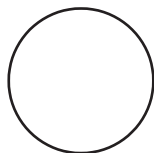
Figura 23. (Abajo). Se puede ver un elemento conocido que caracteriza al dibujo (la línea).



imágenes y formas biológicas, sus relaciones y estructuras. Son irregulares, complejas, con muchas diferencias, se consideran orgánicas e inorgánicas. Sin embargo, la naturaleza se presenta en términos de variaciones de estructuras esenciales. Lo hace con aparente gran irregularidad; pero nuestro cerebro revela, que después de milenios de observar y analizar las formas biológicas, se descubre una regularidad o lo que se ha llamado “geometría” o dibujo normalizado de las mismas, que es un nivel de abstracción convenido universalmente (Figura 22). Las formas en plural o en conjunto, integran la configuración de un cuerpo en dos o tres dimensiones del espacio material, gráfico o virtual. Es la parte básica para identificar y generar dibujo y sus posibles aspectos. (Figura 23). Filósofos, artistas, diseñadores, profesionales, entre otros; han propuesto y demostrado que la forma es el sustento que ofrece el aspecto de la realidad natural, material, plástica y artística. Dibujando adecuadamente las formas biológicas es posible acceder a los dominios intangibles de la mente. Plasmar o representar las formas es el inicio del dibujo, en seguida mostrar lo esencial de los objetos es describirlos o trasladarlos tal como si se estuviesen viendo, si es el caso de objetos concretos o intentando hacerlos perceptibles mediante aquellos rasgos que de alguna manera los materializan, si son abstractos o imaginados. Estas manifestaciones por medio de las formas convenidas de lo que el individuo piensa y/o siente; es la expresividad de sus sentimientos, un compromiso entre realidad y subjetividad, entre los datos objetivos que ofrece la naturaleza y la voluntad creadora del individuo. Como resultado la forma para el ser humano define, describe,

emociona y comunica si se aplica de manera precisa e intencionada como información escrita y visual principalmente. Toda creación de dibujos y escritura independientemente del medio y la intención, gira al rededor de la manipulación de formas con herramientas y tecnología para ello; es a través de estas, que se pueden identificar, individualizar, señalar, distinguir y aceptar o no como algo: objetos, sujetos, figuras, signos, líneas, texturas, letras, palabras, esquemas que tienen o emiten significados para quien las mira dentro de un tiempo y un espacio. Las formas cumplen funciones específicas en estos últimos. Tienen presencia (porque se reconocen real o virtual, como entes; elementos que se ubican e interactúan consigo mismas u otras; existe aquí y ahora), vigencia (tiene significado pero modificado o anulado) y ausencia (puede desaparecer e incluso así, influye sobre quien las reconoce). Encuentra posición y estado bidimensional o tridimensional, real o virtual.

Las formas se hallan compuestas por elementos básicos. Estos, ayudan a hacer visibles las diversas formas y luego dibujos y letras, normalmente sobre un campo visual (real) o área gráfica de manera que son elementos estructurales básicos geométricos del dibujo y su propósito es similar al que ejerce el esqueleto en los seres vivos. Se consigue inferir que todo objeto o imagen visible y luego mental, están necesariamente hechas a partir de elementos básicos en dos condiciones específicas naturales: átomos, células o artificiales: granos, tramas, pantallas. Granos. Cuando son distribuidos irregulares, en desorden, arbitrariamente. En trama o pantallas. Cuando presentan una regularidad u orden. Donde se sustentan los principios manuales (puntillismo, rayado, figura-fondo respectivamente), y los avances técnicos, fotomecánicos, electrónicos y/o tecnológicos de la representación como: el dibujo, la ilustración, la fotografía (análoga y digital), la impresión



Figuras 24. (Arriba). Figuras geométricas bidimensionales básicas y universales. (Abajo) Figuras volumétricas o tridimensionales básicas y universales.

(fotomecánica y digital). Permiten gran variedad de aspectos gráficos susceptibles de ser acromáticos y/o cromáticos, se reconocen como los diversos nombres y técnicas de representación gráfica. La forma para Wucius Wong:

*“Son los elementos conceptuales punto, línea, plano cuando son visibles o interpretados. Así, se convierten en formas simples, sencillas o pequeñas que deben tener una figura, un tamaño, un color, una textura, etc., si quieren ser vistos [reconocidos y diferenciados]”.*²²

La mayoría de los objetos cotidianos naturales o artificiales son dibujados por formas llamadas “figuras geométricas” (Figuras 24). A través de la interacción de estas; el dibujo se desarrolla desde una etapa precaria hasta otra de mayor tratamiento y complejidad. El uso de las formas geométricas básicas; por ejemplo, admiten dibujar de manera rápida y exacta, en “realismo” o niveles de abstracciones conocidas o experimentales. Para Felicia Puerta.

“Forma es todo, cualquier materia que se sitúa en el espacio, toda realidad sensible es forma. Forma como elemento expresivo; como diversas acepciones en cuanto a arte se refiere es:

Superficie, aspecto, apariencia, continente, significante, color, textura.

Estructura, composición, esencia, soporte, contenido.

Espacio y vacío, no existe uno sin el otro.

Figura, fondo, formato.

Signo y símbolo, cromatismo, luz.

²² Wong, Wucius, Principios del diseño en color. Ed. G.C. Barcelona, 1997. p.205

Sustrato, sustancia, materia.

*Información, significado, contenido, mensaje. Los sistemas de representación son los distintos medios básicos de manipulación de la forma para conseguir resultados expresivos”.*²³

Las formas reales e imaginarias como lo han mostrado Wicius Wong y Felicia Puerta respectivamente, estan compuestas por elementos básicos gráficos como: el punto, la línea y el plano principalmente. Se dice que el punto es el elemento básico matriz de las líneas, los planos y todos ellos a su vez del dibujo o dibujos como “imágenes materiales técnicas sofisticadas” que irán tomando diferentes aspectos y nombres. (Figura 25).

El punto existe en la naturaleza, en la convención del ser humano cuando lo condiciona a un modo de copia, representación, expresión literal y metafórica; por ejemplo: el mundo, el individuo, un lugar, un objeto, una mancha, un trazo, etc. (Figuras 26). El punto no es naturalmente visible, ni gráfico y por esto se ha de definir como ente abstracto. Según Kandinsky:

*“En el universo gráfico o visual es el resultado del choque de un instrumento con la superficie material que puede ser: papel, madera, metal, tela, etc. El instrumento puede ser: lápiz, punzón, pincel, pluma, etc. Al producir el choque del instrumento-superficie el punto invisible llega a ser material y cuenta con cierto color, tamaño, posición y forma. El punto por consiguiente es variable y así, puede determinarse como la mínima forma elemental, capaz de cubrir la base o el plano generando otros elementos simples o complejos. El punto es capaz de generar formas más complejas al posicionarse y también al aislarse [capaz de generar el dibujo]”.*²⁴

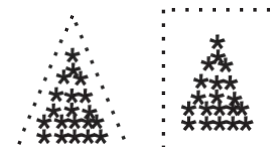


Figura 25: (Arriba). El punto matriz de la forma y el dibujo pasando por la línea y el plano, pueden estar independientes o simultáneamente.

Figuras. 26 (Abajo). El punto según la convención de acuerdo al área que lo rodea puede ser el mundo, el individuo. Es, un elemento real o virtual.



Forma y sistemas de representación. 1ª. Ed. Universidad Politécnica de Valencia. España. 2005.p.113



Figura 27. El punto elemento básico por si mismo muestra acciones, conceptos, relacionados con las emociones y la razón.

Figura 28. El punto organizado en sus distintas posibilidades es capaz de generar todos los aspectos que se conocen analoga y/o digital.



Gráficamente, adopta la forma mínima visible que se conoce; mediante su: tamaño, escala, color, posición, dirección y relación con su entorno o superficie. Expresa su propia identidad (individual) o se confunde entre su multitud (grupos). (Figura 27). Por ejemplo; cuando el punto interactúa o se le induce a interactuar por alguno de estos factores o todos a la vez: repetición, concentración, expansión, sucesión o ausencia provocará en principio una línea, luego un plano y la conjunción de estos pueden construir dibujo(s) cada vez más complejos y detallados. (Figura 28). Con aspectos como: delineado, plasta, degradación, textura, contraste, claroscuro, tono, relieve, volumen, solidez, espacio, movimiento, bidimensionalidad y tridimensionalidad logrando la copia, la representación parcial de la realidad fielmente o simulada. Volviéndolo tan real como sea posible, pasando por la pintura, la ilustración y verse como fotografía entre otros. El dibujo se genera y se vincula con los elementos básicos gráficos del diseño gráfico. Se intersectan en el modo planeado, intencionado y organizado como se aplican. Llega el momento en que dibujos y letras (signos) se hallan en relación directa. El dibujo se comprueba esta compuesto por el punto; por ejemplo, como lo plantea Adrian Frutiger, que lo explica en varios ámbitos:

Elemento. Ente natural o abstracto. Objeto, sujeto, lugar, etc.

Morfología. Se estudia para saber que se manifiesta como estructura, organización y composición real, gráfica o virtual.

Representación. Esta en lugar de otra cosa.

Gráfico. Se traza, plasma, se graba, se cisura.

Signo/símbolo. Se traduce como conceptos, sensaciones,

efectos, figurativo.

*Comunicación. Se expresa, describe, orienta, narra, persuade, es retórico, etc.*²⁵

De este modo, el punto en su manipulación material, gráfica o virtual es capaz de provocar sensaciones, emociones, acciones, efectos visuales, conceptualizar, significar, dar sentido figurado o literal de acuerdo a contextos, por ejemplo; puede ser: destructivo, indicativo, compositivo, direccional, orientacional, etc. (Figuras 29).

El punto en la interacción consigo mismo puede dar paso a la línea al dejar o trazar una trayectoria arbitraria o dirigida para generar el dibujo bimedia primordialmente transfiriendo sus cualidades mencionadas. Si se ven los puntos como letras sucesivas en un orden y reglas establecidas son capaces de generar silabas, palabras, oraciones, párrafos, textos, información y comunicación. Apreciadas como conjunto de líneas. Y estas últimas amplían los factores descritos; pero a su vez, se generan otros que sólo suceden en la interacción consigo misma:

La línea. Se origina y se entiende como la sucesión o trayectoria de uno o varios puntos, que puede tener longitud: cortas, medianas, largas; grosor: delgadas, medianas, gruesas; color: cromáticas y/o cromáticas; posición: ordenadas o arbitrarias y dirección: determinada o no. Habitualmente se relaciona con lo icónico y apenas con lo tipográfico, en este último, sin embargo, tiene importancia similar. Da paso a asociarla con el trazo (elemento que se ha tipificado para el dibujo) y dependerá de la herramienta, las sustancias y materiales utilizados para lograr diversos aspectos como los mencionados y



Figuras 29. El punto no se define en la representación gráfica, real o Virtual. Además genera su propio lenguaje y comunicación visual, de acuerdo a un tiempo y un espacio.

25 Frutiger Adrian. Signos, símbolos, marcas, señales (elementos, morfología, representación, significación). 1a. Ed. Editorial G.G., Barcelona, España, 2007, p. 28



Figuras 30. La línea y sus tipos que en interacción consigo misma puede trazar el dibujo realista, fantástico, técnico, etc.

los siguientes. Si se imaginan las fuerzas que impulsan o presionan a la línea; la enrollan, quiebran, ondulan, jalan, segmentan, etc. De esta manera, induce a aceptar que existan tres líneas básicas: recta, curva, mixta; y de ellas surgen otras, al interactuar las primeras: paralelas, perpendiculares, onduladas, verticales, horizontales, espirales, etc. (Figuras 30). Respecto al tamaño, se clasifica a las líneas como pequeñas, si se encuentran íntegras en el campo gráfico; fragmentadas, si se las supone partes de una sola línea, y grandes, si tocan los lados del campo o lo sobrepasan.

La línea en el dibujo toma relevancia, por ser el aspecto más común, se le aprecia como el más dinámico de los elementos gráficos básicos que se utiliza para generarlo manual e



inmediatamente. Es uno de los elementos gráficos que cualquier herramienta permite plasmar, esgrafiar, trazar y/o escribir; y con el tiempo se logra la transición al dibujo avanzado y especializado; con el que se representa cualquier idea y por lo tanto, lograr los aspectos más óptimos para cada ocasión. En base a la experiencia anterior, se pueden reconocer otras cualidades de la línea

de manera importante:

Los instrumentos y materiales para trazo de líneas son por lo general, los más fáciles de usar y económicos.

Es sinónimo de trazo o la acción lógica y “natural” de dibujar en acromía y cromía comúnmente.

Es una manera rápida de plasmar ideas literaria e icónicamente con un mínimo consumo de tiempo y recursos.

Proporciona y enfatiza la estructura básica sobre la que se pueden desarrollar otras técnicas de representación gráfica con mayor complejidad.

Se transforma en contorno o en línea envolvente que produce o indica la forma, figura, dibujo y volumen. A su vez,



puede crear efectos visuales en el dibujo como: opacidad, transparencia, dirección, posición exterior, interior, hueco, invisibilidad, segmentar, delimitar como frontera; es la esquematización reticular y ordenada de los objetos y elementos internos y externos del diseño gráfico en aspectos bidimensional y tridimensional, de cualquier medio impreso, audiovisual o multimedia.

Es el elemento característico con el que se trazan signos abstractos (letras, números, fórmulas, esquemas, otras), con los que se escriben (dibujan) las firmas, textos, rótulos, logotipos, señales, etc. Actualmente es la tipografía tradicional y digital. (Figura 31).

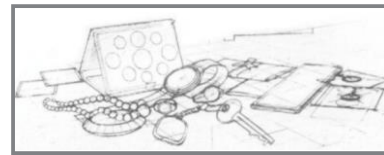
Ya en grupos (ashurado), las líneas ayudan a que el nivel del dibujo tome aspectos más complejos o de gran detalle, volviéndolos tan reales como sea posible: pintura, grabado, ilustración y verse como fotografía. La gran variedad de combinaciones y su interrelación produce ciertos factores que ayudan para la transición al plano. (Figuras 32).

Una vez que se comprende que es la línea, se manipula y utiliza de modo concreto en el dibujo; ayudando a dar mayor atractivo a este. La línea puede aplicarse como “efectos visuales” que permitirán observar la importancia en la creación de diseños gráficos como áreas de atracción para la comunicación visual. Por ejemplo; la línea durante su trayectoria puede ser modificada mediante alternancia, desfase, énfasis o bifurcación de manera voluntaria y predeterminada.

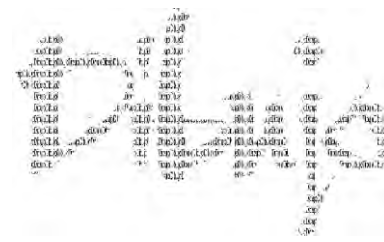
La alternancia de las líneas anchas se efectúa, cambiando la línea a intervalos y viceversa, cada vez que se interrumpa por el dibujo. Se rectifica para que no queden juntos dos intervalos o dos líneas anchas, para

() A “
>< [] = /

Figura 31. Es elemento gráfico básico, más dinámico se traza lo icónico y lo tipográfico con sumacalidad y precisión.



Figuras 32. (En medio y abajo). La línea como trazo o texto con sus cualidades e interacción puede dar detalle, copia o imitación, efectos, pasar al plano físicoavizualmente.



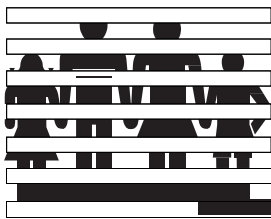
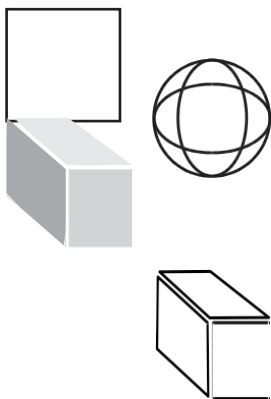


Figura 33. La alternancia es un ejemplo de efectos no técnicos que la línea puede presentar para lograr atención y novedad.

Figuras 34. (Abajo). El plano puede provocar con variación de ángulos la tridimensionalidad y a su vez el dibujo se torna más complejo.



26 Puente, Rosa. Dibujo y Comunicación gráfica. G.G., México, D.F., p.16

que todas las líneas estén unidas únicamente por los ángulos y lo mismo los intervalos. (Figura 33).

El desfase de las líneas indica que se ha salido de la trayectoria fijada. Este muestra parte de la línea detenida (por la mitad, un cuarto o tres cuartos), para volver a subir y desfasearse cada vez que la interrumpa el dibujo. La línea desfaseada y el intervalo tienen trayectorias independientes.

En el énfasis, la línea se adelgaza y se hace más ancha a partir del dibujo, los cambios pueden ser bruscos o paulatinos. Igual que la modalidad anterior las trayectorias no se unen.

La bifurcación, o efecto cebra en la línea, se logra mediante la división en ramales, se realiza libremente o sigue al dibujo previamente determinado.²⁶

La línea se transforma en plano. Si se observa lo siguiente.

El plano. Se determina por la dirección de la línea que regresa a su lugar de inicio, determinando un área que se dice regular o irregular; tiene forma, tamaño, color y dimensiones. Si se extiende a lo largo y ancho, es bidimensional. Pero, cuando los planos se ubican en ángulos determinados producen profundidad y el efecto de tridimensionalidad; son los aspectos que puede tomar el dibujo para concebirse materialmente. (Figura 34). El tamaño del plano depende de la proporción de superficie (otro plano) que le cede el campo gráfico.

El plano es visto como el aspecto más sencillo o abstracto del dibujo; ya que se muestra como: objetos, seres, cosas simples, geométricas e irregulares. En estas acciones se conocen de manera común los planos básicos: Regulares o geométricos: cuadrado, círculo, triángulo. Irregulares: naturales (orgánicos). Se convierte en elemento activo del dibujo en la conformación del espacio bi o tridimensional por repetición, modulación y estructuras; si se interrelaciona consigo mismo o con otros

planos; puede obedecer a alguno de estos criterios que se observan en la práctica del dibujo:

De Superposición: los planos que se ubican delante impiden la visión de los que se encuentran detrás en el dibujo provocando profundidad.

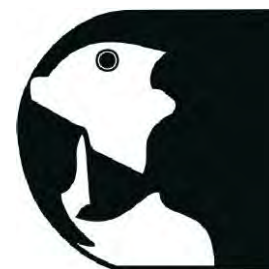
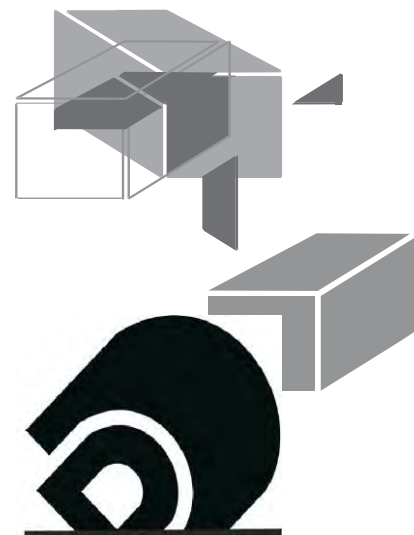
De Transparencia: los planos que están detrás se aprecian a través de los planos dispuestos adelante. Se neutraliza el espacio en el dibujo.

De Penetración: Los planos se mezclan o fusionan entre sí, se presentan como una forma única simple o compleja que se reconoce como objetos, seres, cosas en el dibujo.

Positivo y negativo: Muestra la correspondencia entre planos reales o gráficos opuestos. El efecto positivo/negativo en el dibujo es equivalente al del fenómeno fotográfico. Y ayuda a identificar inmediatamente los planos sobre el campo gráfico. (Figuras 35).

Todos estos factores que caracterizan al plano (forma) ayudan a la construcción de dibujos, imágenes y tipografía en distintas condiciones o niveles de representación gráfica: natural, artificial: abstractas, geométricas y simbólicas. Y todas estas categorías brindan opciones para su construcción, comprensión y utilización en las distintas actividades del ser humano; sin embargo, en el diseño y comunicación visual son de suma importancia de modo particular al poder construir los logos, símbolos, anagramas, pictogramas, señales, etc., y otros dibujos muy particulares de identidad.

Toda esta descripción y cualidades de los elementos básicos gráficos es en análisis e intención de verter de lo anterior, otro punto de vista que ayude a identificar ese dibujo especializado, para el diseño y comunicación visual, al vincular la importancia de



Figuras 35. Todos los criterios presentados son cualidades del dibujo. Son la suma de los tres elementos básicos simultáneamente para comprender la abstracción.

la forma como origen y configuración del dibujo en la relación de algunos otros términos como belleza; cualidades de las formas propias e inducidas que a través de los sentidos el ser humano se interesa e influye para responder de manera voluntaria y predecible; y de un “estilo” o conjunto de cánones que establezcan una tendencia identificable en el tratamiento de las formas para la construcción de dibujos simples o complejos.

Ahora se sabe que las formas en su sentido más auténtico no son imágenes o dibujos, sino partes de estos o con las cuales se pueden construir. Tienen a representar el entorno y aquellas imágenes mentales que no pertenecen al mismo, inspiradas en la imaginación, la fantasía y la creatividad llamadas:

Geométricas: Se fundamentan en principios geométricos y matemáticos. Se clasifican en dos grupos:

Bidimensionales o planas. Tienen dos dimensiones; largo y ancho. Las principales formas son círculo, cuadrado y triángulo. Con ellas se hacen dibujo o construcciones materiales muy interesantes, complejas y diversas.

Tridimensionales o volumétricas. Tienen largo, ancho y profundidad. Las principales formas son esfera, pirámide y cubo. Se hacen dibujos y construcciones de bulto muy interesantes, complejas y diversas.²⁷

A partir de la intervención humana, la forma cambia a un fenómeno cultural; lo transforma a algo mediatizado, convenido o construido en el momento en que el individuo puede generar las formas o las cosas, como dibujos materiales de diversa índole o significar opciones.

27 Serrano Limón, Ma. Isabel, Pichardo Paredes, Juan Josafat. El lenguaje de las artes. Prentice Hall Hispanoamérica., S.A., México, D.F., 1999.p.45

“A pesar de una aparente libertad absoluta de creación; el hombre recurre siempre en sus manifestaciones materiales a una gama de patrones o formas básicas relativamente reducidas. Estos

patrones son arquetipos que subyacen en los productos del hombre y son en general comunes a todas las culturas y a todos los tiempos”.²⁸



Figura 36. Ejemplo de formas circulares que pasan de un aspecto simple a uno de mayor detalle “realidad”.

Donde existe una unidad, ya que estos resultan de la combinación de unos cuantos principios constructivos básicos asociados a unas formas básicas: círculo, triángulo y cuadrado con las cuales surgen las demás, para generar el dibujo y sus aspectos. (Figura 36).

La forma es el recurso del cual se parte para comprender la configuración del entorno natural o social como dibujo; así, como la constitución del mundo real, imaginario o virtual. Se puede pensar que el dibujo surge individual, pero también colectivo, en su configuración y en su uso por medio de la forma. Se concibe estática y dinámica, lo que ayuda a entender que se deforma y se transforma, para volverse simple o compleja. La forma no es estable, tiende a cambiar, no es eterna, es sustituible, aunque comúnmente se diversifique. Una vez que se conoce; se puede asignar y designar a funciones diversas en el dibujo, ya que no surge casual, sino reflexionada y experimentada. Se sabe si es compatible, espontánea, adaptada o especializada con otras formas y sus funciones.

En el dibujo, esta relación parece inherente; sin embargo, se recomienda tomar en cuenta que en la construcción planeada de los objetos de diseño gráfico, ya se preparó todo un proceso para su obtención más efectiva y funcional. (Figura 37).

Factores que se suman e interactúan para comprender al dibujo como una obra intencionada y planeada; mejor aún como diseño gráfico que busca opciones, aspectos variados, posibles y específicos para mostrar identidad, gusto, novedad, invención,



Figura 37. El dibujo apoyado o generado por los elementos básicos gráficos se compone de modo intencional aplicando todas las cualidades necesarias para lograr la comunicación visual precisa.

²⁸ Vanden Broeck, Fabricio. El Diseño de la Naturaleza o la naturaleza del diseño. 1ª. Ed. Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México, p.17



Figura 38. La composición de modo concreto y directo con el dibujo muestra la aplicación de los elementos básicos que no se limitarán al aspecto gráfico sino conllevan un vocabulario, un tema, actitudes y acciones de acuerdo a la intención, nivel y cualidades de la comunicación gráfica. Con este ejemplo se distinguirá como interactúan sinérgicamente cada uno de los elementos de diseño.

interés, aceptación y comunicación visual. Son propuestos en este documento de modo combinado de artistas o estudiosos como: Guillian Scott, Dondis A. Donis, Bruno Munari, Wucius Wong, respectivamente, entre los más conocidos. Dichos factores se enlistan a continuación en su relación y complementación generan el dibujo y el texto manual, fotográfico o digital. Su configuración permite comprender el dibujo como composición real, gráfico o virtual. Apoyados por otros factores como: herramientas, técnicas, materiales, etc.

Composición. Término que se utiliza para organizar, planear. Estructura que interrelaciona (formas) partes y elementos básicos gráficos integrales de una configuración, para lograr un dibujo con unidad y coherencia que surge de la naturaleza o de la

imaginación planeada e intencionada para la comunicación visual. Es la ubicación de los elementos plásticos o reales en el espacio (definido por encuadres); actúa como mecanismo que equilibra, armoniza y distribuye para lograr que el observador comprenda el mensaje visual. Esto llevará a considerar un orden lógico de lectura textual e icónica, el público al que se dirige, el lenguaje y vocabulario con el que se comunica con el mismo; en general pasará por fases y será llamada de diversas maneras. De acuerdo a la intención y comunicación determinada.

La composición como dibujo, es la interacción entre elementos intangibles y tangibles que conllevan una serie de normas y reglas; a su vez, se hace en cierto modo significativa en uno o más sentidos y por lo tanto, comunicacional en una acción básica bimedia; el propósito de estas es hacer la aplicación efectiva como dibujo y luego como diseño gráfico (Figura 38).

Se lleva a cabo como grupos de elementos inter-actuando, teniendo en cuenta el objetivo de la información reconocida como mensajes visuales (imagen y texto) comúnmente o lenguaje visual para comunicar por temas, áreas, actitudes, acciones, necesidades, conocimientos, etc.

Se construye en base a un o unos temas o contextos relacionados con espectadores, grupos, audiencias, públicos para saber con claridad el propósito de la comunicación visual.

Se organiza tomando en cuenta el medio que lo soportará en forma y espacio principalmente; ya sea bidimensional y/o tridimensional ya que cada una tiene consideraciones particulares, si es real o virtual, estática o dinámica, única o secuencial, original, adaptada o combinada, si es total o parcial. Puede verse como repartida o segmentada, como varias composiciones conjuntadas como una sola y precisa.

El dibujo como composición no necesariamente es creado u “original”, es copiado, imitado o adaptado; por lo tanto, puede ser temporal, modificado, casual o intencionado y permanente e inter-actuar en esas condiciones o circunstancias.

El dibujo como composición avanza en sus niveles de iconicidad de acuerdo a mostrar el modo idóneo que cumpla con la información y la comunicación de interés del espectador, usuario o consumidor.

Puede producir placer si aparece definido, organizado, si da la oportunidad de realizar renovaciones de sentido y reflexión; y por ello descubrir los signos mirándolos funcionar en “contextos”, que en ocasiones parecen imposibles.

El receptor es la guía para la selección y producción del dibujo y sus aspectos óptimos para la comunicación visual. Normalmente se busca convencer, hacer entender o persuadir a sus usuarios o consumidores.

La lectura inicia con cualquier elemento, ya sea el título, el dibujo, algún efecto visual, color, posición, dirección, etc. Y la aplicación literaria también aprovecha las aplicaciones figuradas o metafóricas en combinación.

El dibujo no puede limitarse a la colocación u organización de elementos reales y/o virtuales, sino deben responder a factores que los traducirán en información, sensaciones, discurso, gustos, beneficios, anhelos, preferencias, conocimientos, etc. Para decir, indicar, ofrecer, recordar a alguien que muestre interés.

El dibujo como composición es un todo sinérgico en donde cada uno de los elementos es necesario para la existencia de los otros. Son seleccionados de modo que comuniquen, representen, orienten y adquieran diversas modalidades como proceso. Hay diversidad de composiciones; pero en este caso interesan algunas como: la icónica, la tipográfica y cromática principalmente:

Icónica. Es sustentada por elementos como: dibujos, pinturas, grabados, ilustraciones, fotos individualmente o en combinación, convencionales o digitales. Con una presencia de realidad o niveles de abstracción que distingan su capacidad para transmitir la información óptima. Muchas veces es responsable directa de mostrar esa información como: acontecimientos, lugares, individuos, objetos, acciones, actitudes, comportamientos, escenas, circunstancias, etc.

Tipográfica. Es la responsable directa de mostrar la información como símbolos. Letras, palabras, oraciones, párrafo, textos, documentos, etc. Se trazará apegada a sus rasgos seleccionados: familia, estilos, justificación, tamaño, interlineado, inter-letraje, con o sin patines, versales, versalitas, mayúsculas, minúsculas, etc. En la actualidad la tipografía se ha

situado en un plano icónico. Permite la construcción de un lenguaje no lingüístico, puede mostrar algo que no se encuentra de modo literal. Aparece la metáfora en el mensaje proporcionando mayor impacto y memorización. Se sustenta en códigos como lenguaje donde se cuida su redacción, la ortografía, la semiótica y la retórica para cumplir eficazmente con sus objetivos.

Cromática. Consiste en organizar los colores por grupos, cualidades, aspectos y cantidades para tener un criterio de elección que pueda constituirse de modo real, especial, concreta y objetivamente, como lo hacen la composición icónica y/o la tipográfica. El color se aprecia como elemento gráfico; lo hace a través del dibujo y sus diversas posibilidades de representación en lo acromático y/o cromático cuando toma el aspecto del elemento que lo contiene para volverse tangible, coherente, fantasioso, esquemático u objetivo con una forma y acciones definidas. Es la sustancia maleable que se manifiesta como técnicas, manual, mecánica o digital. Si se aplica arbitrariamente puede provocar información contraria, falsa o fatal.

La comprensión del dibujo como composición se construye a partir de como se articula y se lee: en el sentido icónico, textual o cromático, individual o en conjunto. Y a su vez en identificar alguno de estos elementos y su lenguaje como inicio de la lectura provocado por factores como: el encuadre, tamaño, contraste, dirección, posición, etc.

Lo anterior ayuda a comprender que el dibujo como composición inserta u origina un proceso de comunicación visual.

Encuadre. Es el espacio o área y la forma en que se ven los elementos u objetos reales o gráficos como dibujo dentro del

“cuadro”, entre la posición, la distancia y la profundidad:

Colosal; representa una situación panorámica muy amplia del espacio dibujado o real.

General; presenta una situación global menor a la anterior más definida del espacio y del dibujo.

De conjunto; muestra escenas como dibujos o sus opciones gráficas o reales, donde la figura humana o los objetos se aprecian en su totalidad, de manera común con poco espacio atmosférico o aire a su alrededor.

Plano medio; los dibujos, las figuras, objetos que se hallan fragmentadas intencionalmente como un punto de vista, o modo selectivo.

Primer plano; el dibujo resalta la capacidad de las formas o sujetos de manera expresiva, muestra los rasgos más definitivos de su personalidad.

Detalle; ofrece dibujos, imágenes o composiciones muy enfatizadas, hace una descripción minuciosa de los sujetos, objetos o formas, resalta sus rasgos básicos, mostrados como cualidades y características.

Volumen. Es una cualidad visual ilusoria, que se produce por uso de variaciones tonales en la forma o el dibujo. Pero también es real.

Tamaño. Acto comparativo entre objetos, seres, lugares, cosas, unos se ven o son más grandes que otros, los hay medianos y chicos en el dibujo.

Escala. Es la proporción que expresa la relación existente entre las dimensiones del dibujo y las de la pieza u objeto dibujado. Hay tres tipos de escalas: original, ampliación, reducción.

Espacio: En el dibujo es una extensión de dos y tres dimensiones que puede o no estar ocupado; también corresponde al intervalo entre los objetos; a su vez cada cuerpo

ocupa un lugar y este no puede ser ocupado simultáneamente por otro. En el dibujo se rompe con este principio. Porque si es posible hacerlo. El espacio es real o virtual, abierto o cerrado, grande, mediano o pequeño.

Distancia. Es el espacio que se aprecia entre los elementos reales o gráficos; ya sea que estén ocupados o vacíos; este es el espacio que puede ser pequeño, mediano o grande en el dibujo.

Proporción. En el dibujo es la relación de extensión formas, figuras u objetos o cosas con respecto a otras afectadas por la distancia o la escala.

Degradación. Es la representación tonal o de luz que disminuye o aumenta gradualmente en ciertas direcciones en el dibujo.

Textura. Se refiere a la apariencia externa de las superficies o cuerpos de forma real y el tratamiento que puede darse a una superficie a través de los materiales y herramientas utilizadas para modificarla. En el dibujo puede ser copiada fielmente o ser alterada de manera voluntaria o por cumplir objetivos específicos.

La textura se clasifica en dos importantes categorías: Textura visual (virtual) y textura táctil (real).

Textura visual. Es estrictamente bidimensional, solo se percibe con la vista, pero cuando se comprueba con el tacto no existe en su aspecto visual; se aprecia como fondos y/o rellenos en las superficies de manera parcial o total, en algunos casos transformada. En el dibujo, la textura se crea con ciertas características y cualidades; dependiendo de la herramienta utilizada y del uso del color en sus diversas manifestaciones. Se distinguen tres clases de textura visual:

Decorativa: Es un agregado a las superficies u objetos del dibujo que pueden o no corresponder a su realidad o aspecto común. Aplicadas a mano o con algún aparato o máquina de

manera regular, manteniendo cierto grado de uniformidad o irregular.

Espontánea: Surge conforme se genera el aspecto visual o gráfico del objeto dibujado, esté y la textura son lo mismo. Surge automática al dibujar por la superficie en que se hace.

Mecánica: Es originada por aparatos y procesos mecánicos especiales en el dibujo como los medios tonos en fotomecánica, la utilización de redes, por textos o elementos gráficos en repetición aplicados en ciertas áreas de las formas y objetos.

Textura táctil: Se siente, si se utiliza la mano o piel. Existe de manera real y/o natural en las superficies aplicadas como dibujos o los dibujos sobre éstas. En ocasiones se eleva como relieve, observándola tridimensionalmente o baja como hueco.

Textura en la tipografía. La textura puede ser, la integración de letras dentro de las mismas, el contraste del tono en su cuerpo, que simulen otras superficies. No todos los caracteres permiten esta posibilidad, generalmente los que cuentan con masas gruesas. La escala de la textura debe ser apropiada al tamaño y grosor de los caracteres para que el resultado sea legible. Pero, no sólo considerarse dentro del cuerpo del carácter, sino como textura dentro del fondo o de ambos, pero nunca perder su legibilidad.²⁹

Movimiento. Se da en el dibujo por medio de la organización de las diferentes líneas, direcciones, colores, formas icónicas y tipográficas que se integran dentro del mismo.

Sobre-posición. En el dibujo es la ubicación de los elementos por planos; primeros, medios, atrás; provoca una relación de ubicación entre los objetos dibujados o entre las partes de estos. Genera volumen, solides y distancia.

Posición: Es la colocación de los elementos en una situación y área determinada en el dibujo por algún motivo o necesidad. La

29 Wong, Wucius. Fundamentos del diseño. Editorial G.G., México, D.F., 1995. p. 32

posición obliga a concebir el espacio como totalidad organizada en las que se aplican los elementos de acuerdo con los principios de diseño gráfico.

Ritmo. Es el efecto en la disposición de los elementos de una o varias figuras u objetos que provocan su percepción secuenciada o la ilusión de tiempo en el dibujo.

Clarooscuro. En el dibujo, la interacción entre luz y sombra; es el grado variable (degradación) de la intensidad de la luz y crea sobre un objeto contraste tonal, volumen y detalle comúnmente.

Entonación. Disposición deliberada e intencionada de los matices y sus tonos en el dibujo.

Profundidad. Es la ilusión visual en el dibujo que muestra distancias y ubicación entre los objetos y el entorno o áreas que los rodean.

Sólido. Es la aplicación del dibujo en plasta de modo uniforme y denso acromático y/o cromático.

Dimensión. En el dibujo a diferencia de la distancia tiene que ver con la parte interna y externa de las cosas, seres, lugares, etc. Probablemente arbitraria o definida.

Contraste. En el dibujo es un fenómeno con el que se puede diferenciar colores, tamaños, formas, distancias, ubicaciones, posiciones, texturas, etc., a partir de un determinado punto de referencia. Dependiendo de la situación o posición del elemento respecto del punto de comparación, se establecen tres niveles: superioridad, igualdad e inferioridad.

Alto-contraste. Se llama así, al contraste que se encuentra en el dibujo en figura-fondo, ya sea en color comúnmente con complementarios o en negro y blanco, siendo este el más utilizado y reconocido se muestra sólido, uniforme y opuesto al otro.

Armonía. Es la relación concordante entre los elementos del dibujo que se apoyan entre sí, logrando jerarquías.

Dirección. Es la orientación de un objeto o cuerpo en movimiento. Arbitraria o determinada en el dibujo.

Comparación. En el dibujo es el recurso que se utiliza para establecer los elementos gráficos a partir de los cuales objetos, personas o situaciones son o no similares entre sí.

Simetría. En el dibujo queda supeditado a la relación de los elementos, es decir, cuando el dibujo es dividido visualmente en dos o más partes iguales y cada una de ellas es recíproca a la otra.

Asimetría. En el dibujo es la desigualdad entre las partes al dividirlo en dos o más partes iguales a modo de reflejo, una parte es diferente y no coincide con la otra. La asimetría no permite establecer equilibrio entre las partes destacadas y el resto del dibujo. La asimetría implica desigualdad.

Equilibrio: Se refiere a la posición estable de una figura o conjunto de estas en el dibujo; su opuesto es la inestabilidad. El equilibrio se puede obtener de dos modos: por medio de la simetría o por medio de la asimetría. Por ejemplo.

Perspectiva. En el dibujo es un sistema que admite representar tres dimensiones sobre una superficie plana de dos dimensiones; por lo tanto, es una simulación de lo visible que ordena geométrica o matemáticamente el efecto volumétrico de los objetos y del espacio, colocados estos en un ambiente de virtual o falsa profundidad. Existen varias perspectivas; de un punto, de dos, isométrica, caballera, atmosférica, etc.

Negativo/positivo. Efecto producido en el dibujo por la luminosidad y oscuridad en oposición drástica. Se dice que los elementos blancos sobre fondo oscuro parecen resaltar y los elementos oscuros sobre fondo blanco se contraen. Actúan independientes o simultáneos en algún caso.

Legibilidad. En el dibujo es el conjunto de características tipográficas como; trazo, tamaño, grosor, color, etc.; y lingüísticas

del texto escrito que permite leerlo y comprenderlo con facilidad.

Medio tono. Es un proceso en el que se divide el dibujo en puntos sólidos de diferentes tamaños que crean la ilusión de una transición de gris o color monocromo, bitono, poli-tono, etc., de tono continuo.

Modularidad. En el dibujo es la propiedad de subdividir una aplicación en partes pequeñas llamadas módulos, cada una de las cuales puede ser tan independiente como sea posible de la aplicación en sí y de las restantes.

Jerarquía. En el dibujo es un término de guía visual, en una manifestación de rangos de mayor a menor en las relaciones que se producen entre las cosas que se ven y entre las cosas y los individuos. Se encuentran tipos de jerarquías como:

Arriba-abajo, grande-pequeño, centrado-periférico, separado-grupal, opaco-brillante, delgado-grueso, etc. A diferencia del contraste estos se combinan, según sea necesario o específico.

La funcionalidad de la forma toma importancia en la construcción de dibujos simples o sofisticados y estos a su vez se vuelven “representantes gráficos” de ideas, acciones, sujetos, objetos y lugares reales, imaginarios o virtuales principalmente.

1.3. REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Son las opciones materiales, abstractas y metafóricas que toma la imagen del medio ambiente a través del dibujo gráfico y material, relacionados con los niveles de iconicidad para proporcionar la información visual concreta y apegada a los temas que la originan. Es posible confirmar que nuestros antepasados más lejanos se representaron gráficamente a sí mismos y sus entornos natural y social, tanto en versiones bidimensionales dibujadas (trazadas o estarcidas) y esgrafiadas (grabadas o

hendidias). Como en versiones tridimensionales como figuras modeladas (esculturas); construidas materialmente. Y más tarde como signos tipográficos que no coinciden con la realidad, pero integrada a estos como contextos. Se dibujaron a si mismos. El dibujo puede ser copia (imitación), pero en el momento de ser representación es a su vez invención; un hecho subjetivo capaz de reconocer las cualidades distintivas de si mismo, de las cosas y de los signos para lograr comunicarse visualmente.

De esta manera, se puede juzgar la representación gráfica como dibujo. Es la proyección que se realiza en la mente o memoria del individuo de la realidad que puede trazar, grabar, plasmar o proyectar a voluntad materialmente; y consigue estar o mostrarse en lugar de “algo” o algo en su lugar, real o virtualmente desde las posibilidades e intenciones de quien la manifiesta. Pero también a través de signos imaginarios como las letras y otros signos que permiten su representación individual o colectiva, como sus nombres o cantidades, etc. Dotándolos de identidad (rasgos propios e inconfundibles). Las representaciones gráficas son dibujos tipográficos e icónicos generalmente portadores de conocimientos no como reflejos estrictamente sino como opciones de decirlo, de modo sencillo o a su vez compleja, burda o con suma calidad. Incluye cosas como signos existentes o no, o en su caso, combinados ya sean completos o parciales pero precisos.

La representación gráfica esta cargada de voluntad e intencionalidad definida por su aspecto, estilo, tecnología, etc. Al ser un acto depurado de la copia y volverse novedad con el dibujo por la mezcla de realidad y ficción que tiende a la normalización por medio de la geometría; por ejemplo, para tener control sobre su tamaño, proporción, forma, color y aplicación con reglas y códigos en múltiples opciones de comunicación visual.

La representación gráfica admite grados de abstracción, la más inmediata es el dibujo ejecutado con técnicas gráficas o materiales variados por el individuo, el grupo o la cultura que lo realiza e intercambia y tiene efectividad si se liga a sus contextos (argumentos). (Figuras 39). Porque la realidad no sólo se puede representar y reproducir con algún dibujo, se hace con cualquier técnica y medios que lo permitan y complementen como la escritura, el color, las herramientas, los materiales o soportes, entre otros. La representación gráfica depende de la abstracción para su reconocimiento, comprensión y fácil manipulación; permite simplificar la apreciación de la imagen natural en dibujos en su variedad de formas y colores principalmente, luego material. El dibujo como representación difícilmente puede existir sin formas, sustancias (pigmentos) y superficies que lo representen.

“Si hablamos de iconicidad de las imágenes y de las formas... Correlativamente hablamos de la iconicidad del color. Una imagen puede ser poli-cromática o mono o bicromática, puede reproducir fielmente los colores naturales o bien modificarlos e inventarlos”.³⁰

El color es un elemento importante en la representación gráfica o icónica en tres variables propuestas por Joan Costa:

“Estas variables son icónicas de distinto grado en los dos primeros apartados, relativas a las imágenes. Y, signícas en el último.

Iconicidad	Variables
Realista	Naturalista
	Exaltado
	Expresionista
Fantasiioso	Imaginario

Figuras 39. (Derecha y abajo). La representación gráfica admite grados de abstracción, la más inmediata es el dibujo ejecutado con técnicas gráficas o materiales variados por el individuo, el grupo, o la cultura que lo realiza e intercambia y tiene efectividad si se liga a sus contextos (argumentos).



³⁰ Costa, Joan. Diseñar para los ojos. 1ª. Edición, Grupo Editorial Design, La Paz Bolivia, 2003, p.57

Signíco

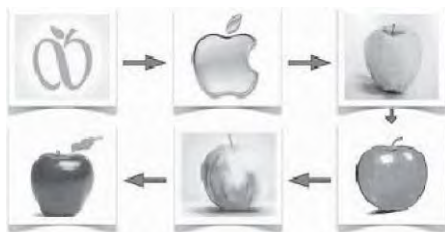
Arbitrario
Esquemático
Señalético
Emblemático”.³¹

Así, como sin materiales, soportes o superficies, herramientas que lo hagan presente al dibujo.

La representación gráfica no se realiza sólo para trasladar o reflejar la realidad, sino de manera intencional se hace para simplificarla o transformarla para mayor comprensión, identificación, coherencia y comunicación entre los individuos. Por lo que, la realidad puede desaparecer intencionalmente. Ya que un objeto no es el objeto en si mismo, sino la representación que se tiene asociada a él o ser el objeto pero no coincidir con su colorido original, textura, tamaño, etc. De este modo su



representación esta condicionada al aspecto o manifestación de quien lo realiza de modo figurativo o metafórico. Lo que permite un dinamismo en la representación y comunicación.



“Dentro del campo de la semiología de la imagen, representar consiste en sustituir la realidad a través del lenguaje visual”.³² Es la comprensión y aplicación del dibujo en los grados de iconicidad utilizados en la

presencia material de una o varias ideas para explicar, hacer viable y concretos aspectos complejos del uso de: elementos gráficos, materiales, personajes, lugares. El realismo es una forma posible de abstracción de la naturaleza, por ejemplo.

La representación gráfica tiene su origen literal, simbólica y estrictamente manual, que en su desarrollo se ha tecnologizado, logrando aspectos simples y complejos que la hicieron cambiar de técnica, de nombre y que aparente o realmente se convierte, se

³¹ Ibdem, p.p.58-59

³² Rodríguez Doring Arturo. La representación del espacio en las artes visuales. 1ª. Ed. Edit. Trillas, México, D.F., 2011. p.31

transforma en otra cosa u objeto, por cumplir un objetivo en la comunicación o en su recorrido por el tiempo. Lo relevante de la representación gráfica es que admite crear signos y símbolos que muestren la realidad como algo que va cambiando en el tiempo y el espacio, como una época, una lengua, una cultura o una corriente pictórica; por ejemplo; en el tiempo y el espacio se perciben paulatina o drásticamente las diferencias de representaciones gráficas. Estas se crean (nacen), se mantienen (conservan), se actualizan (modifican); obedecen a necesidades de renovación, comprensión, sustitución y tipificación frecuentemente y/o desaparecen (se anulan o son sustituidas).

Lo que ha llevado a que las representaciones gráficas de algunas culturas se intercambien, se adopten, se adapten o destruyan las de otras, sistemáticamente en beneficio o perjuicio de estas. Por ejemplo, el dibujo se manifiesta como: croquis, boceto, apunte, esquema, estudio, plano, obra gráfica, grafismo, etc. Así, lo menciona Alberto Facundo Mossi:

*“Los signos han ido cambiando a través de la historia, así, como los códigos que los estructuran. Por lo tanto, un mismo objeto, tendrá infinidad de representaciones según el código semántico existente en cada época”.*³³

Analizando se puede decir, que el dibujo mantiene el contenido que representa y diferentes modos de relación: ser figurativo o exacto aproximado a lo natural o poseer grados de abstracción. Quiere decir, que es posible dibujar "como se ve", manifestar opciones de lo que se ve y que también es posible dibujar los "planos" para su modificación y/o construcción.

“Al dibujo se le reconoció su importancia en el esbozo de algún

33 Facundo Mossi, Alberto. El Dibujo Enseñanza-Aprendizaje, Alfaguara, 2001. p.2

*proyecto, de todo oficio o profesión. Siempre se utilizó el dibujo para hacer visible y material cualquier proyecto. En suma, es un lenguaje o medio de producir imágenes al servicio de cualquier actividad humana”.*³⁴

El dibujo o representación gráfica, es como el punto central convergente entre imagen y forma como inicio; es a través de estas que la representación se hace presente al volverlas materiales, se reconocen como signos, figuras o dibujos abstractos en diversas opciones; están obviamente en lugar de otras cosas, pero de una manera selectiva e intencionada, aunque tengan rasgos naturales tendrán influencia en el comportamiento e interpretación del individuo al ser producto del mismo y van a servir para la comunicación visual. A través de estas acciones se vinculan las formas reales con las gráficas, con las virtuales para generar el dibujo y sus diversas formas de representación y expresión visual; se entiende la aplicación de tecnología y por lo tanto, los aspectos y modos de presentación. Quienes realizan estas acciones no sólo lo hacen intuitivamente, sino lleva integrada experiencia y práctica, orden y proceso; porque necesita de conocimientos e incluso de prever el resultado. Esto se puede observar en el otro extremo; en las áreas de ilustración y diseño gráfico como desarrollo sistemático de las ideas, pensamientos, percepciones, visualizaciones, experimentaciones. En estos últimos casos, la representación se trata de una o varias “imágenes abstractas trazadas” a través de lo gráfico, constituyen dibujos que combinan dos o más niveles de iconicidad y lenguajes; es en esencia un mensaje bimedia sobre un soporte o canal de difusión. Producto del acto de comunicación visual creada por la simplificación y abstracción de un fenómeno natural o social. Permite comprender con mayor definición e

³⁴Ibidem.p.66

intención lo que se quiere ver, como se quiere ver, cuando, para que, etc. Se tomarán en cuenta, el tiempo, información diversa, métodos, herramientas, materiales, aparatos, soportes y todo aquello que ayude a concretar o para revisar su progreso, del aspecto de la idea o proyecto gráfico. Por ejemplo; empezando por el encuadre y la composición para verlo cerca, lejos, de arriba, de abajo, si es una persona, un objeto, un paisaje, si es real o es ficción o combinación de lo anterior. Todo esto estará definido por cuestiones técnicas, conceptuales, económicas, ideológicas, tecnológicas, etc. Las representaciones gráficas son las ideas, el origen y futuro de los modos y medios de expresión. El desafío es generar el tipo de dibujo más adecuado para cada etapa del proceso. El atractivo reside en el empleo del lenguaje del dibujo, en perfeccionarlo para la comunicación visual de forma única.

Las representaciones gráficas o dibujos para el diseño y comunicación visual son: la marca, la firma, el logotipo y sus variantes: monograma, anagrama, el símbolo, icono, pictograma; este último por ejemplo, es una abstracción o nivel de iconicidad que logra representar a un individuo, empresa, institución, servicio, etc., al mostrar rasgos de estos de modo claro, preciso e inconfundible.

Estos dibujos no sólo representan las cosas, sino que hablan de ellas, en ocasiones dicen cosas que no contienen y otras contienen cosas que no dicen.

Pero hay que aclarar que representar no necesariamente es dibujar, ya que se consigue representar sin dibujar, un objeto o sujeto puede representar a otro o a cierta cantidad de estos o de signos, símbolos, formas o acciones, etc. Sin embargo se utilizan estas representaciones de modo similar a las gráficas para mostrar e ilustrar, hacerlo claro y preciso.

1.4. ILUSTRACIÓN



Figura 40. La ilustración es similitud y ficción de imágenes reales que requiere de talento, sabiduría, imaginación para dibujarla y dotarla de sentido o propio. La elaboración de la ilustración muestra características esenciales del dibujo por ser este que la estructura o sustenta comúnmente, con la ayuda de técnicas de expresión y representación gráfica.

Se denomina ilustración a la forma, imagen material, representación gráfica o dibujo que adorna o documenta un texto que se expone visual o gráficamente como un mensaje bimedia concreto para dar sentido a alguna idea, suceso personaje, lugar, etc. determinados de algún tema o situación social. Su propósito principal es la comunicación.

La ilustración es similitud y ficción de imágenes reales que requiere de talento, sabiduría, imaginación para dibujarla y dotarla de sentido propio. La elaboración de la ilustración muestra características esenciales del dibujo por ser este que la estructura o sustenta comúnmente, con la ayuda de técnicas de expresión y representación gráfica. (Figura 40). Es una actividad mental antes que manual, que requiere de visión razonada y pensamiento emprendedor, para interpretar la realidad e incluso para adelantarse a ella, con la fantasía y la invención. Otra cualidad que la distingue es servir de ornamento en ciertas condiciones y situaciones. Por estar cargada de simbolismo o metáforas; capaz de narrar, dar discurso, explicar o mostrar detalles del conocimiento a las culturas de los distintos grupos humanos. Las ilustraciones son imágenes trazadas asociadas con signos como palabras escritas. Esto significa que se pueden producir dibujos que llevan un mensaje lingüístico e icónico (bimedia). El uso cotidiano de la ilustración ha sido básicamente en las áreas de decoración, editorial, diseño gráfico y publicidad, prestándose a hacer documentos y anuncios de cualquier tipo de producto: portada de libro, de disco, de cómic, cartel, etiqueta, envase, señal, etc. Las ilustraciones, en términos generales son dibujos con técnicas gráficas como: la acuarela, tinta china a plumilla, óleo, grabado, fotografía o aerógrafo y prácticamente cualquier



otra técnica plástica o pictórica tradicional o digital. Cada una de estas opciones gráficas, si se combinan, se ven complementarias y más complejas para lograr objetivos de comunicación visual. Con la intención de ejemplificar lo descrito en la parte literaria de un tema.

La ilustración se puede tratar o aplicar como dibujo icónico-tipográfico (imagen como tipo o viceversa). Destinado normalmente a la difusión masiva como copias mecánicas idénticas entre sí sobre soportes planos o tridimensionales y estáticos conocidos como medios impresos; por ejemplo. Para Terence Dalley:



*“El objetivo de todo arte visual es la producción de imágenes. Cuando estas se emplean para comunicar una información concreta, suele llamarse Ilustración”.*³⁵

Figura 41. (Arriba). Ejemplo de ilustración publicitaria realizada para la presentación y promoción de un disco, ilustración del tipo comercial.

La ilustración es elemento comunicativo en esencia, dibujos y textos que son o manifiestan un mensaje específico a un público igual; por lo cual puede tener diferentes funciones como: atraer, motivar, entretener, explicar, persuadir, seducir, instruir o enseñar al espectador. Se caracteriza por ser difundida por diversos medios o canales: impresos, audiovisuales, multimedia.

La ilustración empezó a catalogarse de acuerdo a su uso y contextos en que actúa: conceptual, decorativa, técnica, publicitaria, comercial, narrativa, histórica, editorial, científica, digital entre otras. (Figura 41).

*“Quienes hacen de la producción de imágenes, una profesión requieren un aprendizaje especial... Sus productos desempeñan una función importante en la sociedad y, sobre todo en la evolución del dibujo mismo”.*³⁶

³⁵ Terence, Dalley Guía completa de ilustración y Diseño (técnicas y materiales). 1ª. Ed. H. Blume, Madrid, 1961, p. 10

³⁶ Ibd. p. 118

En dibujo como ilustración al incorporarse a las actividades del ser humano no es igual en todo momento, cambia circunstancialmente de apariencia, de construcción y de significación. Tiene la capacidad de transformarse, según las condiciones técnicas y tecnológicas.

El dibujo es una técnica de transformación que permite representaciones para transmitir ideas e información concretas, para ayudar a comprender dicha información en la comunicación. Por ejemplo; la mayor parte de los anuncios realizados en el diseño gráfico se componen de una ilustración (dibujo) reflexionado y seleccionado como: caricatura, grabado, viñeta o fotografía, textos, entre otros; en blanco y negro o a color; ya sean manuales, fotomecánicas o digitales.

En estas condiciones la ilustración describe físicamente lo que no se puede describir con el texto o mejor aun refuerza, clarifica dicha descripción. Para lo anterior, esta seleccionada, no es casualidad, ni gusto personal en su aplicación; ya que cuenta con características que se apegan a la expresión e información visual, al argumento del o de los textos (contenido) y muestra un tema, un contexto.

Es sabido que la ilustración y el diseño gráfico son dos materias del mismo origen que en la actualidad tienen ligas muy estrechas y tradicionales que se remontan a siglos en el pasado. Sus características y elementos esenciales son la imagen material (dibujo), el texto y el color primordialmente. Pero esto se suma para seguir ampliando, detallando y comprender el siguiente paso llamado diseño gráfico.

1.5. DISEÑO GRÁFICO

En muchas ocasiones es objeto de argumentaciones contrarias, común es encontrarlo como sinónimo de dibujo o trazo, otras es el objeto mismo, también se denomina como una disciplina o como proceso de elaboración de objetos. En italiano al “dibujo” se le nombra disegno o diseño, similar o igual a bosquejo y como tal sus informaciones dependen de la cualidad de la actividad del dibujante. El diseño gráfico implica una representación mental y la posterior plasmación como dibujo e ilustración en diversas etapas, calidades, opciones; se toman en cuenta aspectos estéticos, funcionales, técnicos, industriales, comunicacionales destinados a públicos específicos. Teniendo en cuenta los elementos básicos del diseño grafico, que son también elementos básicos del dibujo, puntos, líneas, planos, formas, color, contraste, composición, etc. El dibujo como parte fundamental del proceso de diseño gráfico, es en sí, el instrumento de comunicación visual. Es por una parte el proceso que a través del dibujo y apoyado por otros procesos y elementos convierten un encargo o petición en producto de comunicación (medio impreso, audiovisual, multimedia) como posible solución a necesidades de usuarios o consumidores.

El diseño gráfico es antes que cualquier otro medio dibujo, tipografía, color comúnmente dirigido y surge de la necesidad de presencia constante de alguna empresa, institución, grupo o individuo constituido por una serie de elementos y factores que se distribuyen por áreas, actividades, personal, necesidades o gustos en otros, para la comunicación visual. Intenta expresar su vocabulario, sus conceptos, su información, hacer contacto con elementos creados y seleccionados con precisión e interés en la comunicación visual. Investiga cual es el tipo de forma, dibujo,

representación gráfica e ilustración, concepto, técnica, tamaño, calidad, diversidad, existencia o creación y en ello adecua sus estrategias de persuasión. Provoca el recuerdo, gusto, atributos e incrementa la aceptación con los dibujos y sus distintos aspectos proporcionando analogías, recuerdos, anhelos, expectativas, etc. Son recursos de gran importancia para el impulso básico del diseño gráfico; así, como la materia prima para desarrollar las ideas creativas intercambiando y adaptándose. El dibujo se muestra como boceto y a su vez como diseño gráfico durante las distintas etapas de construcción del proyecto de comunicación visual.

Dicho proceso se puede entender como el hecho de hacer y crear algo por medio del dibujo por alguna razón u objetivos. Generalmente, eso que se hace tiene intención y efectúa un propósito a causa de necesidades. Pero no surge de la nada, implica curiosidad, intuición, experiencia y conocimientos recopilados, analizados, habilidades intelectuales y manuales aplicadas que ayuden a resolver esa creación de manera práctica, económica, novedosa, comunicativa y funcional a través del dibujo como medio inseparable. Se necesita identificar, definir, conocer, planificar, representar, plasmar, inventar y generalmente necesario comprobar su realización; a través del dibujo, ya sea escrito y/o icónico.

De la misma manera es posible entender como el hecho de hacer y crear algo (un mensaje, una identidad, un producto, información: de orientación, política, de salud, etc.). Por lo tanto, el diseño gráfico, generalmente es un dibujo entendido como propuesta y presentación gráfica, estética, sensorial, funcional y comunicacional de modo masivo (*Figuras 42*). Lo más importante que aporta la visión y la idea del diseño gráfico es sinónimo de comunicación visual, combina el lenguaje hablado y escrito como

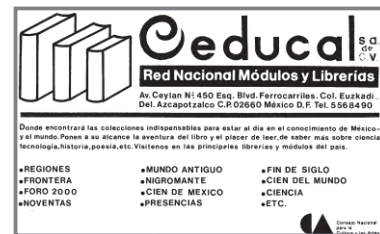
dibujos para crear mensajes estéticamente atractivos que conecten con su público de modo intelectual, emocional y le transmitan información de interés y beneficio. Se lleva a cabo a partir de una forma renovada de ver el mundo y plasmarlo con el dibujo; una nueva manera de interpretar las necesidades que presenta. Es una de las formas del reflejo del mundo en el pensar, con la cual se entra en conocimiento de la esencia de los fenómenos y procesos, se generalizan los aspectos y los caracteres fundamentales de los mismos. Los conceptos no son estáticos, definitivos o absolutos, sino que se hallan en estado de desarrollo, de cambio y progreso.

El diseño gráfico es una profesión y una actividad que se sustentan con el dibujo en acciones multidisciplinarias relacionadas, por lo tanto, es utilizado en diversas áreas del conocimiento. Nace como propuesta u opciones para resolver problemas de diversa índole y en distintos ámbitos sociales.

La actividad de "diseñar" se refiere al proceso de creación, modificación y desarrollo para producir nuevos objetos, procesos, servicios, conocimientos, entornos o medios de comunicación para uso humano. El sustantivo "diseño" se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar (dibujo, proyecto, maqueta, plano o descripción técnica más popularmente), al resultado de poner ese plan final en práctica (el dibujo y/o el objeto producido).

El dibujo habitualmente esta implicado en el diseño gráfico como algo que se agrega, cuando en realidad se transforma en diseño gráfico; al ser usado en la convención de las formas, las imágenes, la representación gráfica, la ilustración para la

Figuras 42. (Abajo). El diseño gráfico, generalmente es un dibujo entendido como propuesta y presentación gráfica, estética, sensorial, funcional y comunicacional de modo masivo.



comunicación bimedia o grafismo. Este último, es como califica al dibujo, Abraham Moles.

“la aplicación de los elementos bidimensionales en una superficie o una parte de esta, de un objeto, producto o servicio. Que cumple dos objetivos; el informativo, cuando el grafismo se conoce como letreros, esquemas, o indicaciones para auxiliar o prevenir en el uso del objeto. El otro es el ornamental o decorativo cuya finalidad es un reforzamiento al carácter del objeto.

*El grafismo esta ligado a la industria y al comercio a través de los medios impresos, audiovisuales, multimedia. Este es el campo de fuerzas en el que hoy se inscribe y lo que hace su especificidad y su especialización por comparación con las otras disciplinas del diseño”.*³⁷

El diseñador gráfico en la comunicación visual utiliza el dibujo como bocetos que le sirven para retener sus ideas gráficas; se vuelven parte importante cuando son presentados a colegas u otros profesionales, personas comunes o al cliente. Son la aplicación del lenguaje del diseño gráfico común o conveniente para su aceptación publicitaria. El dibujo en el diseño gráfico es el recurso principal para hacer pruebas gráficas de las propuestas al cliente; es el recurso de comunicación visual para la discusión que lleve al objetivo o necesidad por cumplir y luego sea eficaz para influir al usuario o consumidor.

El diseño gráfico cuenta con el dibujo como lenguaje visual propio y único que amplía las posibilidades tanto de transmitir ideas, emociones, conocimientos a modo de comprender, generar y modificar otros, como los comportamientos, conductas y actitudes. Ayuda a sintetizar la realidad y expresarla en formas o signos simples y explícitos que facilitan la recepción y aceptación

37 Moles, Abraham. La imagen. p.18

del mensaje visual; incluso apoya al desarrollo o creación de nuevos signos y símbolos de comunicación visual.

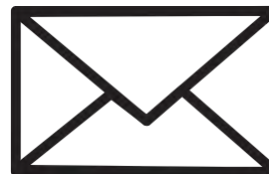
El diseño gráfico se induce como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos reales y gráficos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes bimedia específicos por medios industriales a grupos humanos determinados. Para transmitir información establecida a través de composiciones gráficas (dibujos y tipografías) y materiales reales o virtuales (soportes o medios), que se hacen llegar al público destinatario como: tarjetas, volantes, libros, envases, logotipos, folletos, carteles, trípticos, etc., (medios impresos) a través de procesos metodológicos y técnicas instrumentales en interacción con la creatividad. Es una actividad multidisciplinaria, colectiva e industrial entre dibujantes, ilustradores, fotógrafos, grabadores, impresores entre otros. Ya que en el diseño gráfico se dibuja en base a instrucciones, al recabar información de toda índole, relacionadas a los temas del interés del proyecto gráfico y con ayuda del cliente. (Figuras 43).

En el diseño y comunicación visual el dibujo es considerado la materia prima en un proceso de transformación y especializado.

Figuras 43. Ayuda a sintetizar la Realidad y expresarla en formas o signos simples y explícitos que facilitan la recepción y aceptación del mensaje visual; incluso apoya al desarrollo o creación de nuevos signos y símbolos de comunicación visual.



Contactos





CAPÍTULO 2

C A T P L Ó



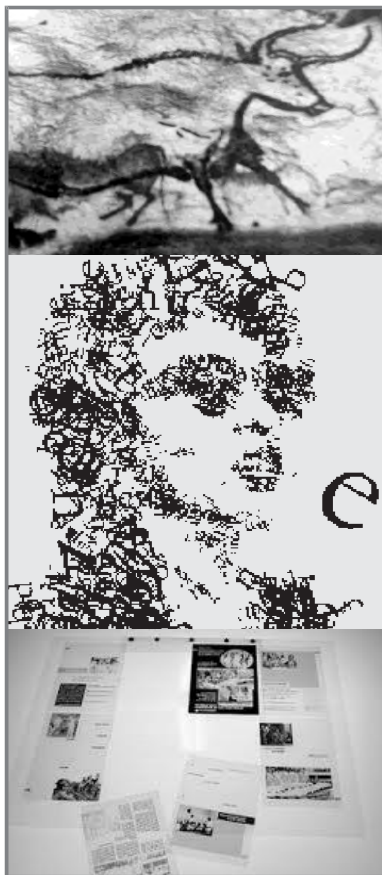
EL DIBUJO DE DISEÑO
Y COMUNICACIÓN VISUAL:

UNA TRANSFORMACIÓN

Y PROCESO
ESPECIALIZADO



2. EL DIBUJO DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL: UNA TRANSFORMACIÓN Y PROCESO ESPECIALIZADO



Figuras 44. El dibujo ya generando su propia historia, vocabulario y lenguaje separándose y especializándose en áreas y profesiones semejantes y/o diferentes como el diseño y comunicación visual.

El dibujo ha sido considerado no ya simplemente como el momento inicial, sino como el más valioso de la invención pictórica, artística y gráfica. Pasando a través del tiempo de lo rupestre a lo digital. Durante este transcurso se le ha asignado una serie de cualidades, aspectos, conceptos, nombres, usos, aplicaciones intangibles y tangibles. Va generando su propia historia, vocabulario y lenguaje que lo han ido transformando en un proceso especializado, circunstancial o intencionalmente. Separándose en áreas y profesiones semejantes y/o diferentes (Figuras 44). Estos factores tienen una interconexión como etapas en su desarrollo; que en general han contribuido a la configuración icónica y gráfica de nuestra civilización. Alcanzando grados de representación, simples y complejos que permiten entender sus niveles de abstracción, iconicidad y conceptualización. Variables que pueden influir decisivamente en el resultado visual o en el uso experto del dibujo. Es posible definir el grado de iconicidad idóneo, según el uso que se le quiera dar: informativo, artístico, de reconocimiento, descriptivo, de orientación, de identidad, etc. Características valiosas en la aplicación de actividades gráficas especializadas como es el caso del diseño y comunicación visual.

En este trabajo, la pretensión es proponer que el dibujo se ha orientado a disciplinas diversas y semejantes. Desde el momento mismo de tener distintas representaciones, aspectos, niveles, categorías y divisiones. No es posible afirmar que en la historia humana ha servido para el diseño, pero este último, es uno de sus vínculos más importantes. Ya que el diseño amplía las capacidades del dibujo y viceversa; este se va transformando y

especializando. Constituyéndose como un proceso diferenciado de otros semejantes para abastecer necesidades de las distintas sociedades. Cada una de las profesiones en las que se usa, tiene un ámbito o espacio de aplicación propio. Por ello, es el medio con el cual se pretende satisfacer una gama de necesidades sociales centrada en el uso especializado de éste. Resulta evidente comprobar las marcadas diferencias entre los dibujos de los diseñadores y comunicadores gráficos y los realizados por: pintores, científicos, ingenieros, arquitectos, aficionados, etc. Se puede notar que motiva la existencia de categorías específicas que dan a este tipo de dibujo personalidad y cualidades únicas. Al conformar recopilación de datos e información, una sucesión de propuestas, ensayos, correcciones, confirmaciones, reproducciones en secuencia coherente hacia objetivos establecidos con particularidad.

El dibujo de diseño y comunicación visual no se obliga a plasmarlo de manera única, tiene la capacidad de aprovechar cualquier medio que le ayude a cumplir las necesidades sociales; estas últimas identifican o indican: temas, instrucciones, cualidades y características específicas de uno o varios objetivos y uno o unos estilos gráficos. Busca la diversidad gráfica, comunicacional y los medios que le concedan cumplir con ello. Se usa como diseño gráfico a través de la comprensión de lenguajes literales y figurados (metafóricos) comúnmente: gráficos, lingüísticos, cromáticos, técnicos, materiales y tecnológicos entre otros. Se hace con la clara idea de lo que es una empresa, institución, grupo, individuo, etc., al representar cualidades e intereses de estos. No es una actividad arbitraria ni estrictamente artística, ni comercial, abarca muchos ámbitos sociales, que se pueden aprovechar de modo particular.

*“Es una forma de mejorar la sociedad [o grupos de esta] a través de la comunicación efectiva que hace que resulte fácil entender y utilizar las cosas complicadas... Puede instruir a la gente, enseñándole como desplazarse o como montar la pieza de algo; da nombre y acceso a una gran variedad de temas. [Puede enunciar, anunciar y denunciar]”.*³⁸

Debe interesar en sus públicos concretos y posibles con sus lecturas y sus espacios vitales que median entre el diseño gráfico: su mensaje, su carga estética, su función y objetivo. Aunque se acepta que todo dibujo es poli-funcional en su origen; pretende ser mono-funcional en su aplicación, en sus objetivos de acuerdo a su tema, área, campo profesional, situación social y cultural. En el diseño y comunicación visual, el dibujo además de ser obra artística; se suma para poder ser la construcción y presentación de objetos, servicios y vías de comunicación visual y lingüística concretas, eficaces constituidas y complementadas con materiales, soportes y tecnología. Relacionándose con los intereses y gustos de su público elegido, provocando la reacción de sus actitudes y conductas del mismo. El dibujo de diseño y comunicación visual se caracteriza por estar desposeído de intereses y gustos personales notorios de quien lo crea, que se interpongan entre el público, el mensaje y la(s) posible(s) soluciones de sus necesidades. Hay que considerar que por más libre que parezcan las ideas y propuestas de un proyecto; conviene tomar en cuenta las instrucciones de quien lo solicita y las cualidades de quien lo usa. De este modo dicho dibujo esta impulsado por las necesidades de otros, normalmente de quien lo solicita y/o de quien lo usa. Se sabe que para que esto suceda, se requiere de clientes, de usuarios, de consumidores, de espectadores o perceptores, marcas, productos y de

38 Hembree Ryan. El diseñador gráfico (entre el diseño gráfico y la comunicación visual). 1ª. Ed. 2008., Edit., BLUME, China, p., 20.

comunicación. La función del dibujo consiste en crear las mejores condiciones para su identificación y reconocimiento sacando a la marca, producto o servicio del anonimato y manteniendo la atención del espectador, consumidor o usuario. Se constituye como servicio a medida que sirve como técnica para la solución de problemas sociales.

Todo esto obviamente, ha ocasionado que el dibujo en el diseño haya tenido una transición y se convierta en una “disciplina” altamente especializada e importante, que ha ido adaptándose a las nuevas y diferentes necesidades de los diversos públicos.

Entonces, el dibujo “va cambiando circunstancial e intencionalmente de nombre y probablemente de aspecto” (su grado de iconicidad), que se describen a su vez como diseño gráfico que involucra un proceso de transformación, requerimientos gráficos y de calidad. Aunque no necesariamente deje de ser el mismo dibujo al principio y al final de su utilización. De esta manera, se apropia de cinco capacidades lingüísticas del dibujo artístico para la construcción de mensajes eficaces para la comunicación visual: *expresión* (manifiesta lo que se ve, se siente, se piensa y se dice), *descripción* (representa por medio del lenguaje bimedia), *narración* (muestra sucesos en un orden), *discurso* (dado a reflexionar, razonar, idear e inventar) y *comunicación* (hace saber una cosa de forma general o particular a alguien).

Este dibujo a menudo se muestra con un carácter de producción industrial, no por ello, se habla de “diseño industrial”, quizá de coincidencia o convergencia con otros dibujos u otros diseños. Los objetos, productos o servicios gráficos creados y preparados en el diseño y comunicación visual tienen el propósito de ser industriales y por demanda cuando: sus características

simbólicas, materiales, funciones, modos de producción, número de ejemplares a producir, objetivos (económicos, culturales, políticos, comerciales, etc.), distribución, situaciones, condiciones de compra y uso, precios y costos, publicidad, tiempos de vida útil, grado de novedad y oportunidad de lanzamiento están determinados y planificados de ante mano con el mejor, gusto, la mayor función y precisión posible.³⁹

De esta manera el dibujo pasa a tener tratamientos y técnicas que permiten producir propuestas gráficas, hechas previamente con ese fin. Ya que, proporciona incontables ventajas; en la mayoría de las ocasiones es más rápido que escribir, más claro que hablar, más descriptivo y sencillo al interpretar, facilita muchas tareas. Que es posible dibujar, representar o “componer”; dinámica, planeada y ordenadamente desde la idea hasta el soporte, cualquiera que este sea; aquello que se ve y/o se piensa como propuesta o solución a algún problema en base a instrucciones recibidas. Dichas ideas se transforman en material artístico (bocetos) y publicitario (anuncios), cuya misión es llegar a un concepto que comunique visual y/o verbalmente, aportando un mensaje claro y preciso para promocionar, persuadir, informar, orientar, ejecutar o desistir de una acción.

Como se puede observar el dibujo de diseño y comunicación visual; es un acto totalmente consciente e intencionado con objetivos particulares y precisos que permite: planear (ordenar acciones o actividades detalladas para obtener objetivos), inducir (hacer por diversos medios, que alguien realice determinada acción), dirigir (encaminar, determinar la dirección de una cosa o acción), elegir (seleccionar una cosa o acción voluntariamente o por consenso), discernir (distinguir una cosa de otra semejante), transformar (convertir una cosa en otra mediante un determinado proceso), alterar (cambiar la esencia, cualidades o

39 Jorge Frascara. Diseño de comunicación. 1a. Ed. Infinito, Buenos Aires, 2006. p., 45

forma de una cosa), proponer (exponer, una cosa, proyecto o acción para ser aceptado), impactar (choque repentino que provoca un hecho, noticia o información), persuadir (convencer para que alguien crea, haga o deje de creer o hacer de una forma particular algo, cierta cosa), instruir (proporcionar información o conocimientos para lograr un o unos objetivo(s) de manera fácil), etc. Es un modo funcional y comunicacional de representación muy específica más detallada, más cuidada. Se hace para lograr la mejor presentación de las ideas y percepciones. No es solo pensar una imagen mental con algún otro elemento gráfico, sino en su representación gráfica más óptima, estética y comunicacional en base a alguna(s) técnica(s), punto(s) de vista, conceptos, encuadres, detalles, colores, textos, materiales, sus cualidades y características diversas. Es necesario poseer habilidad manual y capacidad de percepción para crear imágenes mentales que proporcionen ideas y propuestas aptas y profesionales en la solución de necesidades sociales:

*“Todo mundo puede dibujar; sin embargo el [diseñador gráfico esta entrenado y capacitado para desarrollar y aplicar esta habilidad como forma avanzada y especializada de comunicación visual]”.*⁴⁰

Los dibujos de diseño y comunicación visual se volvieron más depurados y concretos en la búsqueda de una representación gráfica totalmente inequívoca, ha sido necesario recuperar técnicas para la representación artística y funcional, con el propósito de contribuir a comunicar visualmente las intenciones del diseñador gráfico. La técnica puede ser convencional (tradicional) e innovadora con ayuda de tecnología especializada que permita nuevas y más rápidas soluciones y avances con calidad superior cada vez. Por ejemplo; el sistema más

40 Press, Mike y Cooper, Rachel. Diseño como experiencia (El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI), G.G., Barcelona 2009, p. 152

revolucionario, es el de los equipos de cómputo para el diseño y comunicación visual. Donde se logren crear, controlar, dibujos de muy alta calidad, con rapidez, con muy diversos efectos, bajo costo, modificaciones y reproducciones inmediatas. Logra aspectos que se seleccionan adecuadamente, y poder darles el uso que se quiera; situándolos en algún contexto determinado. Puede mostrar situaciones, cualidades físicas, actitudes o ambientes. Admite construir variaciones sistemáticas y convenientes de tales situaciones.

La variedad gráfica y la evolución del dibujo han obtenido opciones más impactantes e interesantes entre lo icónico y lo tipográfico como principales sistemas de expresión y representación gráfica. Estas opciones se crean y existen de manera independiente, aunque pueden interactuar. Dichos sistemas desempeñan funciones diferentes, pero comparten gran similitud; cuando se integran para crear el dibujo de diseño y comunicación visual de una empresa, institución, objeto, producto, servicio o sitio adquieren relevancia única. Cuando se integran llevan en sí mismos la sustancia que ayuda a que puedan ser más legibles y tangibles; el “cromático”, que brinda y amplía las posibilidades y capacidades de: representación gráfica, expresión, atención, recuerdo, individualidad, funcionalidad, identidad, comunicación visual, entre otras. En dos mundos visuales; los dibujos en blanco y negro o a colores que subordinan el repertorio de conocimientos a esta división e incluso a la creatividad. Porque las creatividades del blanco y negro son distintas al de color. Pero todos son validos, dijo Juan Acha:

*“Las imágenes [dibujos por su parte, son todos validos, ya que no existe el único verdadero]. Sus figuras cambian porque el énfasis oscila entre sus inmanencias y sus trascendencias”.*⁴¹

41 Acha W., Juan. Teoría del dibujo (sociología y estética) p. 75

El dibujo de diseño y comunicación visual se va depurando por áreas de estos. Pareciera ser el mismo; aplicado indistintamente, sin embargo, se observa que el empaque es distinto a señalética, esta a lo editorial y la identidad corporativa a las anteriores. Es importante distinguir este hecho, ya que muestra con claridad que el dibujo puede ser tan simple como una estructura conocida como retícula (un elemento sencillo que no se usa de la misma manera en ninguna otra actividad o profesión; es un elemento integral y fundamental del diseño y comunicación visual), que permite lograr una composición para cada área mencionada y objetos de comunicación visual: empaque, señal, portada o revista, logotipo, etc. Que al distribuirlos masivamente se convierten en anuncios, productos o servicios que satisfacen necesidades sociales. Para ello se requiere de práctica primordial para el diseño gráfico que consiste en desarrollar imágenes mentales, como habilidades y capacidades del diseñador o comunicador visual.

2.1. EL DIBUJO MENTAL

Es posible admitir que son tipos de imágenes mentales en el individuo en la condensación; en la generación de una imagen a partir de varias; donde se manifiesta la influencia que ejercen las imágenes principalmente vistas por los ojos y recordadas por la memoria de manera involuntaria o voluntaria, como redundancia a la presencia de éstas, consiguiendo facilitar la reconstrucción, identificación o descubrir posibilidades de abstracción, modificación y presentación gráfica o material. El dibujo mental surge de la consideración de las teorías e ideas de la Psicología. Como posibilidad de comprender que el dibujo se anticipa en la



Figura 45. El dibujo mental esta creado por el modo de ver y percibir las imágenes del entorno para luego plasmarlas: manual, mecánica, fotográfica o digitalmente como una posibilidad de comunicación visual.

mente del individuo y no es una acción casual, lo impulsa una intención específica propia o por petición, esta última es lo que mueve al diseño para trasladar el dibujo mental a un modo material a través de técnicas y posibilidades de que sea tradicional o digitalmente.

El dibujo mental esta creado por el modo de ver y percibir las imágenes del entorno y de la manera de plasmarlas: manual, mecánica, fotográfica o digitalmente (Figura 45). Aparecen previamente en la mente como una red de imágenes esencialmente mentales. Todas las imágenes mentales deben más a otras imágenes que a la naturaleza.⁴² Las imágenes involuntarias generadas en sueños y alucinaciones dependen de las emociones, vivencias, experiencias acumuladas en cada individuo. Las imágenes voluntarias, se manifiestan en la mente del individuo como recuerdo, pensamiento, imaginación y fantasía. Cuando se deduce o induce una respuesta o se inventan otras, cuando se evocan acciones, sensaciones, lugares, seres, objetos, etc. Son imágenes mentales que pueden reproducir una realidad o parte de está y también anticiparla; sirven tanto para evocar hechos como para anticiparse a situaciones no percibidas anteriormente. Las imágenes de la imaginación son una parte de nuestra habilidad para generar imágenes mentales, residen en combinarlas en diferentes consistencias que no están en el entorno sino en una nueva imagen. Muchas veces se apartan de la percepción. Las imágenes de la fantasía, en ellas se confunden o fusiona la realidad y ficción, se funde el entorno, el recuerdo con la imaginación, en muchos casos, no es posible distinguir qué se ha vivido de que se ha imaginado. Se llegan a convertir en opciones de invención ya que generalmente consiguen estar orientadas al futuro, como la ciencia ficción, pero también a un futuro

42 Arroyo Isidoro, García, Francisco, Martínez-Val, Juan. Imágenes y cultura. Ed. 2001. EDICIONES DEL LABERINTO., Madrid, España. p., 93

inmediato de alguna actividad, planeación o construcción. La fantasía introduce el tiempo y el espacio como factores donde transcurren acontecimientos que no se han vivido o visto. Los presenta novedosos, actuales y sorprendentes comúnmente.

Las imágenes involuntarias o voluntarias habitualmente son resultado de la percepción visual; de modo individual o combinado. El diseñador gráfico por ejemplo; las puede traducir en dibujos a partir de que ésta es una habilidad de interés para la comunicación visual. Ya que no es algo que simplemente pasa, sino que es consecuencia de procesos complejos del pensamiento muchos de los cuales suceden, desarrollan la conciencia y se han transformado en fenómeno cultural a través del tiempo y la práctica del dibujo. El dibujo mental es una habilidad de observación y memoria que se puede aplicar para el diseño gráfico; se desenvuelve con interés, voluntariamente y lo más importante es la atención y el tiempo que se invierta para desarrollar la capacidad de “percepción y memoria” en su significado e interpretación. Es en el entorno natural y/o artificial donde se descubren y aprenden las señales y significados, conceptos, mensajes, provocándose la comunicación (bimedia). Donde se van reconociendo en primera instancia, los elementos, los objetos, los factores que se interpretan y representan gráficamente (abarcando desde las formas de las cosas hasta sus propiedades como: color, brillo, velocidad, movimiento, luz, composición, contraste, equilibrio, volumen, distancias, posiciones, espacios ocupados o vacíos, un campo amplio o reducido, etc.). Todos estos son mecanismos, factores individuales o grupos de estos que ayudan a distinguir acciones, funciones, analogías, comparaciones, etc., para una mejor comprensión e identificación. Dice Cesar González Ochoa:

*“Son aprendidos; tales mecanismos establecen la selección de ciertos componentes, que se hacen pertinentes en función de ciertos hábitos y esquemas que dan a las informaciones provenientes del ojo una estructura, una coherencia y un significado”.*⁴³

De modo que la percepción visual en el diseño y comunicación visual no se limita exclusivamente a lo que los ojos humanos pueden ver directamente. Actualmente son apoyados y extienden más sus posibilidades de percepción con la mediación de instrumentos, prótesis y/o aparatos. Estos amplían el conocimiento del mundo visible y la imaginación. En este sentido Joan Costa dice:

*“Los límites del mundo visible son los límites de nuestra visibilidad; los alcances del ojo humano. Estos alcances están determinados por la agudeza visual, las distancias mínima y máxima de visión, la imposibilidad de atravesar los cuerpos y ver su interior, la imposibilidad de ver varias cosas a la vez, etc”.*⁴⁴

Así, percibir y recrear lo percibido como imágenes mentales consiste en establecer condiciones que induzcan hacia una modalidad de procesar la información visual y de otros tipos, que capaciten al diseñador gráfico para ver con análisis, atención e interés para plasmarlas con facilidad como dibujos de diversos aspectos, temas y soportes. Para entender; obtener más información o que está sea detallada, para obtener conocimientos precisos, diferentes, para que crezca la confianza e independencia para ejecutar el dibujo específico o necesario. Y entender implica transformar un caos en un sistema significativo y de interés. Este es el momento de elegir entre todo lo recolectado

43 González Ochoa, Cesar. Apuntes Acerca de la Representación, Instituto de Investigaciones Filológicas. 1ª edición. UNAM, México, 1997, p. 14

44 Costa, Joan. La Esquemática, p. 13

como “información” en la percepción y sumarle la experiencia y habilidades; relacionándolo todo para ayudar a que nazcan las ideas (imágenes mentales), por lo mismo, los dibujos que presenten propuestas viables y económicas de comunicación visual vinculándolos entre sí o sus opciones e inevitablemente, con todos los elementos que se han estado reuniendo a lo largo de la vida: lecturas, paseos, música, vivencias, cultura, afectos, etc., y estos provocarán más imágenes mentales, más dibujos. En la representación de algún entorno natural y relaciones sociales como dibujos; las imágenes mentales contribuyen a estructurar, jerarquizar y dar orden entre objetos, sujetos lugares y sus acciones. Estas imágenes pueden muy bien contribuir en los significados o mensajes que se emiten en el dibujo seleccionado, por lo tanto, se habla de las posibilidades que se tienen para la manipulación de tales efectos con cierta intención y planeación de manera situacional y/o circunstancial. Pasa al observar el mundo social; esta lleno de imágenes reales o virtuales, estáticas o en movimiento, objetos, dibujos, ilustraciones, pinturas, fotografías, video, televisión, etc.; que poseen una estructura, similitud e interés. Este análisis lleva a advertir que de lo que se percibe, cuanto más se entiende, más crece la capacidad para razonar y generar más imágenes mentales. Lo cual, ayuda a aprender a procesar la información visual, gráfica o cualquier otra información captada con cualquiera de los sentidos en el entorno natural (ecológico) y/o artificial (social); de manera especial, distinta a la que se utiliza normalmente para desplazarnos.

Con el dibujo, resultado de las imágenes mentales se exhiben objetos, sujetos, sitios, acciones usando referencias mentales, emocionales, actitudes; se muestran espacios, tiempo,

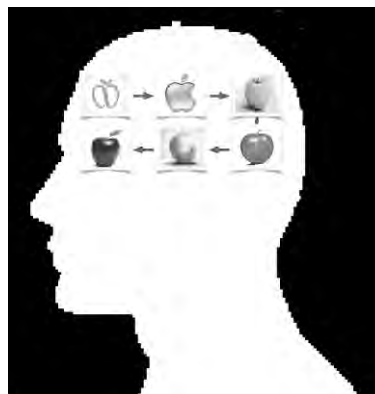


Figura 46. (Abajo) Lo que se percibe, cuanto más se entiende, más crece la capacidad para razonar y generar más imágenes mentales y sus distintas posibilidades de representar gráfica o materialmente.

movimiento, etc., ficticio o real (*Figura 46*). La percepción visual implica búsqueda de sentido y organización de estímulos en una configuración significativa (dibujo o diseño gráfico, por ejemplo). Percibir no es recibir la información visual pasivamente, involucra para: buscar (hacer algo o lo necesario para hallar una cosa, persona, sitio o información específica o de toda índole), seleccionar (escoger entre varias cosas, personas, sitios o informaciones, las que se consideren para algo o un objetivo), relacionar (situación que se sucede entre dos o más cosas, ideas, etc., cuando existe alguna circunstancia que las une. Trato o comunicación), organizar (preparar la realización de algo. Disponer ordenadamente con miras a una función determinada), identificar (reconocer la identidad de una cosa, persona, lugar, etc.), jerarquizar (organizar o clasificar funciones de acuerdo a una subordinación), interpretar (buscar y explicar el significado de algo de modo simple), evaluar (estimar el valor de algo, una cosa para su aceptación o rechazo) en ocasiones algunas de ellas, otras, todas a la vez proyectadas por el dibujo.

Ahora se advierte que dibujar es la habilidad de observación, memoria y análisis que se suma a otras de manera global, es un acto “intelectual, científico, metodológico y comunicacional” y no tan sólo una actividad manual o recreativa. Una vez que se ha adquirido esta habilidad, se sabe dibujar: pero se sabe dibujar creativamente. El progreso toma la forma de práctica, de perfeccionamiento de la(s) técnica(s) y del aprendizaje de aquello para lo cual se usan estas habilidades. Aprender a tener imágenes mentales mediante el dibujo cambia este proceso y permite un tipo de visión más avanzado, diferente, más directo, más completo, lleva a un nivel de conocimiento, aprendizaje capaz de encontrar soluciones diversas de un mismo tema, que en este caso, es la parte atrayente del dibujo. Pasa a una nueva modalidad

de pensamiento, una manera de gran potencial para solucionar problemas de forma intuitiva, creativa y metodológica.

De este modo, dibujar es antes que nada, una manera de percibir, observar, retener, memorizar, representar signos e imágenes en la mente vaga o concretamente que admiten contemplar y reflexionar sobre esas imágenes (ideas), que surgen con el tiempo y la práctica; las imágenes mentales adquieren importancia sólo cuando se les relaciona con lo que se conoce y con lo que se quiere decir o manifestar, como y con que se quiere decir. El diseñador gráfico enfrenta el desafío de plasmarlas o dibujarlas de manera particular, creativa y novedosa; lógicamente como habilidades básicas para ejecutar el “dibujo imaginativo, imitativo, expresivo, simbólico y funcional” que se requiere para la comunicación visual.

El dibujo, es lo primero que todo diseñador gráfico puede conocer y dominar; es absolutamente necesario para la práctica del diseño y comunicación visual. Hacerlo concede entrar en la indagación y detalle del medio ambiente y el mundo social. Por esto, conviene continuar con una práctica constante para lograr habilidad profesional. Divisar imágenes mentales y dibujar profesionalmente, es un proceso que se considera una forma de estructurar y experimentar de muy diversas maneras, necesita de la repetición y práctica; un método que se realiza a través del tiempo, que comprende varias fases y que cada una de ellas necesita de la anterior para lograr sus objetivos y cada vez mejores resultados. El dibujo es un proceso creador y creativo; una actividad que inicia, se desarrolla, avanza e incluso se detiene. Donde se estimula la visualización, la memoria, el desarrollo intelectual.

Los diversos tipos de dibujo que en la actualidad utilizan los diseñadores gráficos “se desarrollan”, se transforman hasta

lograr el resultado deseado. Se despliegan desde una primera etapa hasta otras de mayor grado de complejidad para considerarlas terminadas o concluidas, no nacen espontáneas.

Las imágenes mentales son importantes para el dibujo, porque atañen la relación que se establece entre las cosas que se ven o que forman parte de un mensaje y entre lo que se ve y sus posibles significados. El significado es fundamental en las relaciones sociales y en la comprensión del mundo.

El diseñador gráfico es un observador previamente, necesita saber qué ha de mirar dentro y fuera de él; y como registrarlo, como identificarlo, si lo tiene que mirar más tarde, por más de una ocasión y en distintos ámbitos. No sólo se detiene a observar el entorno, las actividades, a otras personas. Observa la conducta humana y lo que representa en el dibujo con sus diferentes posibilidades. Un observador eficaz tiene gran interés en comprender la conducta del observado y en ello dirige su esfuerzo. Esta base experimental ayuda como observador a procesar estímulos complejos y eficaces a situar más tarde las observaciones en puntos de vista adecuados en el diseño y comunicación visual.

Al diseñador gráfico en el acto perceptivo le conviene ver o aprender a ver la interacción de las personas; con los signos, los objetos, los ambientes o lugares, etc.; con cierto sentido creativo, donde no sean acciones obvias, como cosas que no necesitan ser explicadas. Las imágenes mentales son el reconocimiento del propio condicionamiento cultural, educación y experiencias personales lo que la organiza. Se ve con mayor facilidad aquello que se conoce. Se buscan ver y representar como datos y quizá como problema. Aprender a explicarlos de forma sencilla, clara y precisa con el dibujo. Condicionan la necesidad de valores jerárquicos; estos actúan como filtros que retienen o discriminan

información. La jerarquía desde el punto de vista del dibujo es de suma importancia, ya que influye de manera determinante en la información visual que un preceptor o espectador recibe. A través de la jerarquía de la visión, se destaca aquello que interesa o agrada, en algún caso aquello que afecta o desagrada, esto sucede en ciertos momentos.

Se sabe que en el dibujo la disposición de ciertos objetos puede contribuir a la estructura de comunicación visual, no es de sorprender que se utilicen estas jerarquías para conseguir algún tipo de respuesta prevista o esperada. La elección de ciertos objetos explica o ubica temporalmente o sitúa en algún lugar en particular; incluso geográficamente, muestra una atmósfera. Así, se asocian los objetos o conceptos (significados) de estatus y de poder a las jerarquías sociales.

Entonces el entorno en que la gente se comunica visualmente contribuye comúnmente a determinar el resultado de esa comunicación visual. Se aprende como influye el entorno en el comportamiento estimulado; y por supuesto en la medida en que aumenta el conocimiento de éste; en el dibujo se puede utilizar deliberadamente para ayudar a obtener reacciones deseadas. Además de discriminar información, los valores jerárquicos de la visión destacan determinados elementos haciéndolos protagonistas, centros estructurales de aquello que se desea vean, dirijan la atención del espectador, usuario o consumidor.

En el dibujo, parte de lo que se ve se transforma al interpretarlo, al simplificarlo y conceptualizarlo en imágenes mentales de manera que dependa de la preparación, la capacidad y las experiencias pasadas del diseñador gráfico. Lo cual trasciende lo aprendido ya que no basta con reunir la información;

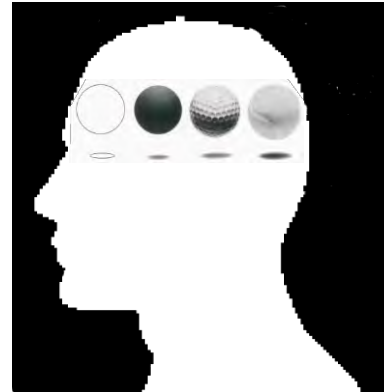


Figura 47. En el dibujo de diseño y comunicación visual el acto mental, aplica la simplificación y abstracción de los grados de iconicidad de la representación gráfica a través de algunos elementos de un todo, lo cual ayuda a contar con opciones de representación gráfica como diversos recursos gráficos.

sino hay que transfórmala creativamente en su aplicación en la expresión y comunicación visual. La clarividencia mental puede enseñar como manejar la información visual y de todo tipo, para desarrollar la capacidad de expresión, de representación, de novedad y viceversa (*Figura 47*). Con el dibujo de diseño y comunicación visual se aprende a valorar sus cualidades gráficas, para lo cual se desarrollo dicha habilidad. No se detiene solo en el proceso artístico, sino profundiza en factores como lo: estético, funcional, producción, distribución, consumo y comunicación visual para la solución de problemas en la sociedad.

El dibujo de diseño y comunicación visual es el acto mental, que aplica la simplificación y abstracción de los grados de iconicidad de la representación gráfica a través de algunos elementos de un todo, lo cual ayuda a contar con opciones de representación gráfica como diversos “recursos gráficos”. Si se observa es ampliar la percepción; para avances continuos de creación, desarrollo, habilitación, comprensión, expresión.

Las imágenes mentales pueden ser la representación de lo que se vio, se ve o se quiere ver (pasado, presente y futuro). Una representación de la realidad o idea abstracta manifiesta en dibujo. Que transforma pensamientos abstractos e ideas en realidad o materia bidimensional y/o tridimensional en: objetos, dibujos publicitarios, artísticos, instructivos, de humor, de orientación, ideológicos, de identidad, etc.

Comprender las imágenes mentales como diseñador gráfico representa avances relevantes; permiten realizar dibujos que estén al alcance y de manera clara para: el cliente, el espectador, el usuario y/o consumidor. Para que el diseñador y el público puedan retener el dibujo como información y comunicación visual precisa. En sus respectivos intereses.

2.2. EL DIBUJO RETENIDO

Es producto de la percepción visual y de todos los sentidos; principalmente de las imágenes mentales. A la vez es el desarrollo de las habilidades y capacidades de la memoria para retener, imaginar e idear más allá de lo evidente de manera previsible, es un modo de “visualizar”, de anticiparse a algo como búsqueda, consiguiendo que sea concreta esa indagación. Se descubre como medio para ampliar el mundo de lo perceptible y de la memoria, es decir, de generar, organizar y transmitir conocimientos y habilidades que en principio no están al alcance o materialmente, pero que pueden ser adquiridos o creados. Es hacer presentes, visibles, comprensibles, utilizables aspectos y fenómenos del entorno a través del dibujo con sus posibilidades gráficas y materiales; donde muchos de ellos ni siquiera son de naturaleza visual. Cosas que sin embargo, se han de descubrir, retener, aprender, realizar y utilizar en el devenir del ejercicio profesional del diseño gráfico. No es un resultado espontáneo, lleva tiempo, práctica, experiencia y conocimiento de modo intencionado. Es así, como la imagen mental (recuerdo) se vuelve útil y aplicable al llevar de la contemplación a la actuación, de la representación a modificar fenómenos y crear las cosas con los que interactúa el ser humano. El dibujo retenido y la visualización permiten el desarrollo organizado, planeado, sistematizado para la habilidad mental, la memoria y el dibujo. La imagen mental se da en un proceso de conseguir retener y refinar, las ideas en detalle, evolución y desarrollo. El dibujo al transferirlas actúa como filtro, que genera o desecha elementos innecesarios y sólo traslada para comunicar visualmente aquellos que son absolutos o necesarios. El dibujo suele funcionar como un proceso de pruebas, novedades y estrategias gráficas anticipadas y comprobadas.

Toda actividad humana requiere de anticipar, de concentrarse mentalmente y visualizar. El diseño y comunicación visual es la actividad que lo hace a través del dibujo. En el momento en que se concibe una idea (imagen mental) con intención, un objetivo respecto a algo: tema, motivo, acción, producto, identidad, etc. Se aprovecha la experiencia, se conecta con significados, coherencia y un contenido efectivo. A su vez, se desarrolla la “aptitud para ver internamente” y seleccionar aquello que probablemente aún no existe y poderlo concebir, crearlo; además admite memorizar para poder recrear o modificar aquello que se conoce. Por ello, visualizar e imaginar son maneras y capacidades de generar imágenes en la mente que se anticipan, que se puedan transferir al papel o a cualquier otra superficie conveniente con la habilidad y el instrumento improvisado y/o adecuado, para lograr el dibujo específico del tema o contexto para la comunicación visual.

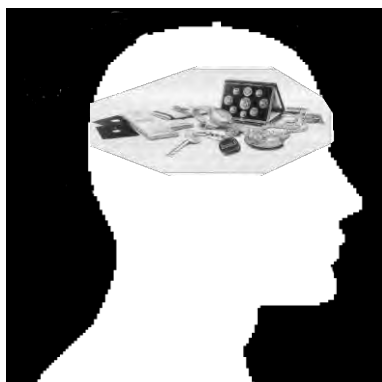
Dibujar es una habilidad adquirida, que se sustenta en la percepción y la memoria, pero con la práctica se desarrolla la “visualización” como habilidad de análisis y síntesis, capacidades mayores del intelecto humano. Se puede realizar totalmente consciente y planeada, para lograr objetivos de diversa índole. Como dibujo es el método de la comprensión dinámica y de expresión visual reflexionada de algún problema, este se aprecia y se recapacita en diversas soluciones. Funciona para organizar la manera en que los elementos gráficos inicialmente determinen la comunicación visual efectiva. Exige considerar todos los detalles de manera cuidadosa para poder comunicar verbal y visualmente a otros; se hace tangible, con dibujos que son la forma gráfica y material de la visualización para retener, recordar, ejemplificar, mostrar, modificar y posiblemente reproducir. Sirve como valiosa herramienta de prueba, evaluación y aprendizaje.

La habilidad de visualizar del diseñador gráfico consiste en convertir en tangible lo intangible a través del dibujo y colocarlo en algún medio impreso: bidimensional o tridimensional, por ejemplo; apreciado como: producto, servicio, identidad, señalamiento, etc., para un público particular.

El dibujo para el diseñador gráfico logra ser instrumento de exploración visual, que desarrolla y amplía su visualización; puede llevarlo a tener imágenes mentales (ideas) con mayor fluidez y certeza. Esto es precisamente lo que interesa del dibujo, que sirva para crear, comprender, modificar algo y hacerlo práctico, viable y rentable. Por ejemplo. Visualizar en el diseño gráfico es el proceso para conseguir y refinar dibujos en detalle y desarrollo para la comprensión o solución de multitud de problemas o necesidades sociales. Imágenes mentales retenidas como esencia de la imitación de la realidad, esas que son seleccionadas por algún objetivo e intención de temas en particular, que sirven para reproducir experiencias, para recordar datos, para abstraer la realidad o para anticipar determinadas transformaciones conocidas de objetos estáticos o en movimiento por medio del dibujo. Ahí surge la importancia de la percepción imprevista, es la visualización que la vuelve un hallazgo, lo nuevo, lo diferente. Al ser portadora de conocimiento y representarlo estructuralmente y de forma significativa reflejado en la ejecución del dibujo para la comunicación visual: logotipo, pictograma, cartel, etiqueta, etc. Pero este, no es un acto mágico, requiere de práctica, experiencia y habilidad para llevarlo a cabo de manera continua y con calidad; además de “recaudación de información visual y de todo tipo”.

La visualización y el dibujo atraviesan por un proceso intuitivo al partir de la curiosidad, de las experiencias inmediatas, de ideas, la imaginación, la fantasía. Pero también son acción deductiva, ya que se apoyan en el razonamiento o reflexión, en la lógica, en el

Figuras 48. (Abajo). El dibujo conlleva a la fase de concretación, pues se determina y resuelve sobre lo que se ha trabajado y a partir de sus demostraciones.



contraste de los sub-problemas para encontrar las soluciones. A su vez son un proceso inductivo basado en la suposición de los resultados certeros, al apoyarse en situaciones o experiencias similares o conocidas. También conllevan a la fase de concretación, se determina y resuelve sobre lo que se ha trabajado y a partir de sus demostraciones.

Visualizar es igual que un análisis de datos, para saber si sirven o no, si se consideran o no, para de ahí depurar las alternativas y llegar a la opción idónea. Esto facilita la proyección como dibujos; porque tiende a descubrir problemas, que se oculten en otros problemas o verlos como sub-problemas. Ayuda a la identificación y solución de uno en uno de manera coherente. Permite estimular el flujo creativo, también es “herramienta” para desarrollar la habilidad de capturar, mostrar dibujos y poder detallarlos, refinarlos, elegirlos, especificarlos y en su caso desecharlos (Figuras 48). De este modo los dibujos que se realizan pueden contener diagramas, notas, símbolos, textos, etc. El propósito de utilizar estos apoyos gráficos es justamente “expresar conceptos” que es difícil en algunos casos representar con dibujos convencionales. La capacidad de crear este tipo de expresión gráfica, no solamente es útil para generar ideas, sino que también es excelente auxiliar para el “aprendizaje”. La importancia que tiene el poder de registrar esos dibujos, es vital para el diseñador o comunicador gráfico que aspire a aportar “soluciones gráficas creativas”; por esta razón, es necesario que ejercite técnicas de enlace entre una imagen mental y su dibujo en “papel” o cualquier superficie, el cual generalmente aparecerá más sintetizado, expresivo y legible que la descripción verbal

o escrita del mismo pensamiento o en su caso complementado con estás.

Se puede entender que “el dibujo es el paso intermedio entre la visualización y la generación real y material de alguna idea”; la mente humana no piensa inmediatamente en letras, números u otros símbolos similares, sino que generalmente muestra imágenes mentales apegadas a la realidad y registra aquellas que se forman y alimentan de las vivencias, experiencias, fantasía e imaginación habitualmente. Por ello, el dibujo unas veces imita y copia, pero cuando es creativo transforma e inventa formas que no se dan en la naturaleza, combinando los elementos reales con los imaginarios. La visualización es pensamiento y viceversa, es tecnología y conocimiento. Es la capacidad de ver mentalmente un objeto, idea o situación en condiciones no presentes o inexistentes. Sin embargo, es posible emitir juicios sobre el objeto o idea en cuestión, al considerar sus fallos y aciertos, sus eficiencias o deficiencias. Es todo aquello que esta por realizarse; permite anticipar con el dibujo comprobaciones certeras, complicaciones o errores. Determina el inicio, continuación o fin; limita o amplía el avance del proyecto. Funciona como proceso de evaluación donde se verifica si el proyecto gráfico es viable desde distintos puntos de vista como: el gráfico, técnico, material, financiero, social, reproducción, etc. Puede permanecer como proceso constante de información o reflexión sobre personas, objetos, procesos, fenómenos y cosas.

Comúnmente el dibujo es el resultado gráfico de la visualización, puede ser total o parcial, según el proyecto o las necesidades de solución. Bajo estas condiciones se convierte en un proceso de proyección sistemático guiado por la visualización, conocido generalmente como *boceto*. El boceto es ese proceso de visualización, proyección y plasmación de las ideas,

conocimientos y experimentaciones, por medio de dibujos, ilustraciones, fotos, textos, colores, etc., como diagnósticos de problemas sociales planteados.

En estas experiencias y prácticas propias se identifica que la visualización y luego dibujos poseen las siguientes propiedades básicas:

Sirven para planificar, como medio de pruebas, tomar decisiones y resolver problemas. Si se utilizan imágenes mentales es posible recorrer la distancia entre planear un objetivo, resolverlo y obtenerlo como dibujos. Admiten pruebas mentales simples para tener diferentes posibilidades y efectos, se valoran y modifican para obtener otros resultados, sin llevar a cabo la construcción de modelos reales o en todo caso ahorrando modelos intermedios. Mediante dibujos planificados se crea una estructura básica de aquello que se desea realizar o materializar.

A través de la toma de decisiones; se consiguen modificar o eliminar partes, ayuda a crear otras y ajustar las relaciones entre la visualización y los dibujos.

Se fundamentan en el uso de herramientas y de las operaciones con las mismas, las habilidades de adecuación, criterio o comparación, que sirven para juzgar los resultados con los dibujos obtenidos, provocando nuevos momentos de visualización en una acción cíclica, proponiendo el cambio de herramientas o de su forma de uso.⁴⁵

El dibujo como boceto en el diseño y comunicación visual sirve para desarrollar la expresión, representación gráfica, la emisión de juicios, la determinación de decisiones y resultados. A través de conceptualizar lo que se desea transmitir, al seleccionar responsable y creativamente los signos que se van a aplicar y así, enunciar o manifestar el mensaje (bimedia). El boceto puede ir más allá de las imágenes vistas, pasa a las imágenes creadas como

45 Imágenes y cultura (del cerebro a la tecnología). Laberinto comunicaciones, Madrid.2001, p. 35

propuestas organizadas, seleccionadas e intencionadas por medio de dibujos y sus aspectos: pinturas, grabados, ilustraciones, fotografías y sus versiones electrónicas o digitales, convertidos a su vez en diseños gráficos (anuncios); resultado de técnicas que evocan una cantidad de información precisa, característica o novedosa; capaz de sugerir, de conectar al espectador racional y/o emocionalmente. Están dotados de cualidades que el espectador acepta o rechaza.

La visualización puede ser útil cuando se intenta resolver problemas que requieren de información especial: distribuir espacios, elegir colores, representar objetos, lugares o personajes, etc. El conocimiento progresivo de los detalles contenidos en la imagen mental: tamaño, volumen, relieve, texturas, diferenciar ángulos, captar proporciones, verlos y volverlos transparentes, distintas posiciones y así, sucesivamente hasta completar la visualización acromáticas y/o cromáticas, en dos o tres dimensiones, etc.

Este desarrollo y aprendizaje visual consiste en un repertorio que necesita ampliarse y utilizarse a lo largo de las actividades o proyectos gráficos, para reconocer las cosas nuevas e integrarlas como experiencias. El objetivo de la información visualizada es mostrar los hechos, las acciones, procesos y fenómenos en dibujos en combinación con esquemas y otras opciones de representación gráfica. Que pueden ayudar a seleccionar o elegir lo necesario para un diseño gráfico. La visualización en el diseño gráfico induce a la reflexión más de una vez, ayuda a identificar: errores, acciones, teorías, ejemplos, acumular evidencias, revelar realidades o falsedades. Es parte importante de la metodología que se desarrolla y aplica. Es facultad proyectiva y aptitud que se asienta en la memoria imaginativa y la representación gráfica (dibujo). Que tiene que ver mucho con el llamado “Proceso



Figura 49. El dibujo va ayudar a organizar todos los elementos que sean aptos para la construcción del anuncio o mensaje visual; como: elementos gráficos, materiales, herramientas, soportes, técnicas de representación, de expresión o presentación.

Creativo”. Con la visualización normalmente se pretende el “perfeccionamiento”. En occidente, este concepto ha incluido siempre todo lo concerniente a la eliminación de defectos, resoluciones de problemas, corrección de fallas. Siempre examinando algo que parece perfecto y mejorarlo. Evitando la acción a reparar las cosas.

La visualización se aplica a cualquier actividad que se haga en el diseño gráfico, con la esperanza y la intención de lograr una mejora o de encontrar la manera óptima de llevarla a cabo; menor costo, menos errores o fallas, menor despilfarro, materiales adecuados y de calidad, menor contaminación, más duración, resistencia y permanencias específicas. Uno de los sentidos más importantes de “mejora” será lo simple. La simplicidad tiene un valor elevado para espectadores, usuario y consumidores. En el diseño y comunicación visual se presenta a través del dibujo y sus aspectos gráficos, su

finalidad es hacer comprensible, convincente, adquirible y perdurable lo que se presenta. El dibujo va ayudar a organizar todos los elementos que sean aptos para la construcción del anuncio o mensaje visual; como los elementos gráficos, materiales, herramientas, soportes, técnicas de representación, de expresión o presentación; (Figura 49) en la interacción de todos estos elementos se podrá dibujar el aspecto final o resultado del medio creado o un conjunto de estos, ir definiendo el cambio, la adaptación o una determinación de cómo interactúan todos los elementos anteriores para provocar novedad, impacto, una solución concreta; debe ser creíble para que en principio el cliente tome esa importante decisión de comprometer sus finanzas y hacer que se consume el proyecto de comunicación visual.

Actualmente la visualización ya no es necesariamente en el interior del ser humano, sino ahora, es posible usar tecnología especializada para tal acción; como escenarios donde se permite tener simulaciones de lo que se cree o se piensa puede suceder, de manera física, gráfica o virtual, como es la maqueta o “pre-visualizaciones” en algunos programas de computo para diseño gráfico, entre otros. Mencionados como una orientación de sus posibilidades. Pero también como conjunto de factores que ayudan o inhiben el proceso de diseño y comunicación visual si no se considera su compatibilidad, correcta selección y ejecución.

2.3. EL DIBUJO COMPATIBLE

Los materiales, herramientas y soportes, entre otros; en este trabajo serán considerados elementos que se convierten en dibujos exclusivos por medio de técnicas gráficas tradicionales y digitales para la comunicación visual; ya que sin la participación concreta e intencional de alguno de ellos, no es posible materializar el dibujo como se conoce (*Figura 50*).

Actualmente las herramientas, los materiales y soportes que se utilizan en y para el dibujo se distinguen como análogos (tradicionales); estos han tenido gran avance y desarrollo tecnológico a través del tiempo y algunos han experimentado conversión a lo digital (modernos) que incide tanto en su: forma, uso, función, fusión, interacción, significado, información, comunicación. Pero todos están relacionados con la naturaleza de cada disciplina gráfica.

El dibujo compatible en este trabajo consiste en que cada uno de los elementos mencionados que participan en la creación de diseño gráfico responde a cualidades que les admiten unirse, mezclarse, mantenerse o contenerse sin inconvenientes. No es

Figura 50. Herramientas tradicionales que permiten obtener o materializar al dibujo como se conoce.



posible que se ignore la importancia de los materiales, herramientas y soportes reales y/o virtuales; cada uno sirve a algún propósito y situación propia. Es necesario que se reconozcan, utilicen con intensidad anticipada y determinada; darse cuenta que el aspecto final del dibujo depende en gran medida, de estos; ya que unos vinculan a los otros; permitiendo el cambio del dibujo manual al modo mecánico, fotomecánico y/o digital, pero manteniendo su aspecto si es necesario. Son elegidos y definidos para obtener resultados deseados y/o apropiados; ya que el aspecto del dibujo cambiará paulatina o drásticamente; tendrá acabados distintos de modo sencillo, tan sólo con variar o combinar los materiales, instrumentos y soportes. Es importante mencionar que los dibujos de diseño y comunicación visual emplean materiales, instrumentos y soportes que se pueden considerar: improvisados, apropiados, especializados, de alta tecnología, se pueden volver a usar; pero compatibles para su buen ejercicio y calidad. Se distingue gran variedad de materiales, herramientas y soportes que en muchas ocasiones no se relacionan con la actividad gráfica. Sin embargo, es necesario hacer uso de la creatividad y experiencia para plasmar las ideas como dibujos o técnicas de representación en superficies o soportes determinados de manera mixta, entre los tradicionales y digitales; por ello, se necesita experimentar, con la intención de proponer innovación en las creaciones y presentaciones de diseño y comunicación visual.

En la presentación del dibujo (boceto) como: idea, concepto, tema o contexto; generalmente se requiere de materiales, instrumentos y soportes que permitan representarlo con calidad, economía, facilidad y llevar a cabo tipos de dibujos con libertad de trazo y rapidez que son una necesidad del diseño y comunicación visual. Aunque menos visibles, la elección de los materiales,

herramientas y soportes son tan importantes como la documentación sobre el tema, ya que estos quedan incluidos en su proceso creativo y metodología para la generación de soluciones diversas. Los materiales, herramientas y soportes elegidos tienen algún sentido directo con los objetivos del proyecto, que inicialmente es gráfico y que permite con facilidad la aplicación de los elementos gráficos: dibujo, tipografía, color, etc.; considerando estas acciones como “técnicas de representación gráfica”. La experimentación con materiales, herramientas y soportes; es, tan importante como el diseño gráfico en sí; ya que contienen elementos que actúan igual o similar a los gráficos; es decir, pueden ser el dibujo en sí, como una: forma, figura, silueta, signo o símbolo especial y a la vez funcionar como soporte. Ser creativo con estos elementos y sus procesos, significa ser capaz de encontrar formas de crear o producir dibujos y textos apegados y/o relacionados con el tema que se está ilustrando (Figura 51). Para lograrlo se cuenta con:

“Materiales aplicables” son generalmente “sustancias” naturales, sintéticas, reales o virtuales: polvos, líquidas, pastas, aerosoles como las pinturas, tintas, esmaltes, barnices, lacas, adhesivos, solventes, comunes y especiales (lo que se entiende por color en actividades gráficas) “aplicados” con las herramientas compatibles que pueden ser improvisadas, apropiadas o especializadas como: lápiz, pincel, estilógrafo, plumilla, rodillos, espátulas, gis, aerógrafo, mouse, impresora, plotter, entre otros. Conocidas y descritas como técnicas del color; la más común es la descrita por S. Fabris y R. Germani:

“Los materiales como las herramientas y los soportes tienen que estar en relación a los trazos, a los efectos de opacidad, transparencia, textura, gradación; los trazos deben corresponder a la

Figura 51. (Abajo). Ser creativo con estas herramientas y sus procesos, significa ser capaz de encontrar formas de crear o producir dibujos y textos apegados y/o relacionados con el tema que se está ilustrando.





*calidad deseada, es decir, un pincel delgado para trazos iguales; ya que a veces no parece tan lógico y no se obtienen las calidades de representación deseadas; un soporte que no se ondule o repele la humedad o adherencia. Que el solvente utilizado sea el correcto para la densidad exacta del color y no afectación del soporte”.*⁴⁶



“Materiales de soporte” para el dibujo. En sentido amplio; son ese apoyo, sostén o medio que presenta determinado material, superficie u objeto bi o tridimensional sobre el que se pinta, grabar, escribir, fotografiar, exponer, o se combina, se fusiona información, datos o documentos con diversos objetivos; donde se almacena información escrita, visual y cromática, susceptible a ser tratado como “canal” para la comunicación visual (Figuras 52). Es lo palpable del trabajo gráfico y como tal incide participando en el contacto del mensaje visual con su receptor.



Figuras 52. Es lo palpable del trabajo gráfico y como tal incide participando en el contacto del mensaje visual con su receptor.

Se eligen entre los seis principales grupos: papel(es), plástico(s), madera(s), vidrio(s), tela(s), metal(es) y otros; de acuerdo a cumplir con características específicas en su utilización en las diversas actividades y procesos de los proyectos gráficos y su reproducción. Que a su vez pueden ser improvisados, adecuados, especiales para “recibir, aceptar, combinar y almacenar” materiales que se convierten en dibujo. Se sabe que algunos soportes tienen uso por una cara o por ambas cuando son hojas, pliegos o rollos. Otra parte importante, son sus formatos o tamaños que dependen de manera directa en la mayoría de las ocasiones de las medidas en que se reproduce en la industria o en las imprentas. Haciendo referencia a los medios impresos; por ejemplo. Son elementos generalmente rectangulares por las condiciones industriales en las que se aplican y usan, aunque puede tomar cualquier otra forma y convertirse en elementos

46 S. Fabris y R. Germani. Color (proyecto y estética en las artes gráficas). Segunda Edición. EDB Ediciones Don Bosco. Barcelona, España. 1979., p. 129

estructurales verticales, horizontales o cuadrados usualmente. Pueden ser móviles o fijos, pequeños, medianos y grandes complementados en muchos casos con otros materiales al propuesto de origen, reproducirse en ciertas cantidades. Son cada uno de los canales o sub-canales de comunicación visual o medio publicitario. Se eligen de acuerdo a características de: compatibilidad, visuales, psicológicas, simbólicas, económicas, técnicas, tecnológicas, comunicacionales, de reproducción entre otras.

Es importante distinguir entre un soporte bidimensional y un tridimensional por su incidencia e interacción con su público. Cada uno tiene una aplicación específica, uno puede servir al otro complementándolo o distribuyéndolo.

El soporte tridimensional apreciado como dibujo material u objeto a diferencia del bidimensional, se caracteriza por tener varias vistas o caras a la vez ante el espectador o usuario. Normalmente rompe con las condiciones rectangulares de un soporte convencional, es observado de diversos ángulos, en aspectos de bulto, siluetas, figuras y relieves reales, ilusorios o virtuales. Puede contar con mecanismos diversos simples o complejos como: movimiento, iluminación, sonido, locución, animación, etc. Es posible interactuar con ellos individual o grupalmente, de día o de noche. Debe ofrecer alternativas principalmente que pueda ser desmontable, plegable y ligero o de fácil ensamble o armado. Evitar en lo posible el uso de herramientas y objetos de sujeción complicados o poco prácticos. Cualquier forma (dibujo) que pueda tomar el material de soporte es en base a una cuidadosa selección y estudio en sus distintos aspectos técnico, físico, estético, simbólico y comunicacional. El medio (soporte) es el mensaje, dice Marshall McLuhan:

Refiriéndose ha que el soporte material de una información

determina el sentido de está; que ningún medio es un vehículo neutral que sirva sólo de contenedor. Siempre presentará una diversidad de significados [y modos de decirlo o presentarlos].⁴⁷

Figura 53. Lo importante, es que se dirijan intencionalmente para resolver algún objetivo o necesidad social como diseños gráficos.



Lo importante, es que se dirijan intencionalmente para resolver algún objetivo o necesidad social como diseños gráficos. En este sentido, ningún hecho de comunicación visual está completo sino se considera que su soporte es parte integral. Esto lleva, a determinar el rol que cumple en el proyecto gráfico y su forma material para ser vista como dibujo. (Figura 53). Los conceptos asimilados al material y aspectos de este pasan a formar parte del hecho comunicacional. En su elección puede estar la clave del diseño gráfico y en la correcta adecuación del mismo a las condicionantes industriales de los materiales (formatos de corte, comportamiento en los diferentes métodos de impresión, disponibilidad en el mercado, etc.), difusión, distribución, la ventaja a problemas y presupuestos. Cada formato ofrece ventajas, desventajas de acuerdo con su presentación, con las características de interacción con el receptor. Esto permite clasificar los formatos de acuerdo con los tipos de materiales o soportes en que están montados.

En términos generales, los soportes pueden ubicarse en las diversas etapas de forma consecutiva o aleatoria según sean las cualidades, necesidades y objetivos por cubrir en los proyectos de diseño gráfico. Los “materiales de soporte” en el diseño y comunicación visual; sugiero que a través de mi experiencia, conocimientos y aplicación se puedan comprender como de: creación, presentación, preparación y reproducción; ya que

⁴⁷ McLuhan, Marshall, p. 25

ayudan a crear, recibir, mantener, tolerar, combinar y almacenar elementos reales, gráficos, fotográficos, electrónicos, digitales como dibujos, imágenes, signos, símbolos, textos e información diversa en condiciones adecuadas y características particulares, permitan ser compatibles para la comunicación visual. Esto resulta de la reflexión personal de la información recabada como un criterio de clasificación que ayude a dar la importancia de este tema.

Soportes de Creación. Son los de mayor uso hoy en día como papeles o cartulinas que sirven para la configuración, representación y experimentación del dibujo de diseño y comunicación visual. Se aprovechan generalmente para representar las primeras ideas (trazos, formas, dibujos e imágenes) de un tema o proyecto gráfico de manera burda pero concreta y clara; la llamada lluvia de ideas (textos y dibujos). En el caso tradicional, por sus características son improvisados, económicos, reciclados, de fácil obtención, etc. En el digital se cuenta con los monitores, pantallas planas, en formato vertical y horizontal y el uso de algún programa que admita la combinación de estos para la representación óptima llamada vectorial o bitmaps.

Soportes de Presentación. Cualquier material u objeto que cumpla con las características para darle un aspecto especial al dibujo y luego al proyecto gráfico, es decir, que muestren en detalle el aspecto concreto del diseño gráfico. Donde se realizan dibujos elaborados ilustraciones y/o maquetas con: textos, perspectivas, vistas o cuando se pretende terminar dibujos con rapidez, economía y calidad gráfica. Donde se toman en cuenta sus cualidades de colorido, blancura, resistencia, textura,

brillantes, opacidad, absorbencia, adhesión, etc. Como parte integral del diseño gráfico. En el caso digital se elige un o algunos programa (s) capaz (ces) de representar el aspecto recomendable.

Soportes de montaje (originales y arte final). Superficies flexibles y/o rígidas, blancas y/o de colores que contienen el dibujo como diseño gráfico de forma material o virtual, listo para su reproducción. Los soportes de montaje se caracterizan por cumplir con cualidades que ayudan o facilitan la preparación del proyecto gráfico para su producción; su compatibilidad, resistencia, duración y su capacidad para contener los dibujos e imágenes, la información y el cuidando a todo cuanto se involucra como: lo gráfico, lo técnico, lo económico, lo tecnológico, etc. En el caso de lo digital lo importante es el formato del programa y sus posibles intercambios entre vectorial y bitmap para asegurar su compatibilidad y fácil recuperación y reproducción.

Soportes de Reproducción impresa. Son todos aquellos adecuados y especializados para reproducir y conservar el dibujo como diseño gráfico, anuncio o medio impreso; trabajo gráfico que muestra todas las cualidades iniciales y determinadas en su creación. En el caso de los materiales de producción están los papeles, cartulinas, cartones, plásticos, maderas, vidrios, telas, metales, etc., que se prestan a situaciones específicas por lo cual se toma en cuenta su flexibilidad, transparencia, resistencia, grosor, brillantes, opacidad, costo, etc. En el caso digital existen sus homólogos que permitirán la calidad requerida.

Pero para seleccionar el o los soporte(s) o recomendable(s), se debe considerar si es (on) natural(es), sintético(s) o mixto(s), digital(es), reciclado(s) y las siguientes características:

Aspecto: blancura, opacidad, brillantes, transparencia, colorido, textura, tamaño, grosor, etc.

Disponibilidad: consiste en la facilidad para encontrar y obtener el material a la mano o en el mercado y con las características estimadas para el diseño y comunicación visual como: cantidad, precio, temporalidad, distancia, ubicación. La disponibilidad de los materiales se encuentra en catálogos que describen como se usan y para que son aptos como: protección, decoración, contención, conductividad, impresión, etc., para la creación de los objetos, productos y mensajes en el diseño y comunicación visual. Libros, folletos, revistas, carteles, periódicos, señales, envases, etc., en donde esta contenido los dibujos e imágenes aptos para cada uno de ellos.

Economía: el costo del o los soporte(s) es o son siempre un(os) factor(es) determinante(s) para su adquisición. El costo es variable de acuerdo a características de grosor, tamaño, peso, cantidad, etc.

Estandarización: que su aspecto a pesar de ser nuevo no necesariamente será todas las veces. No hay que olvidar que para determinadas operaciones ya existen soluciones eficaces, que se siguen utilizando.

Resistencia: se refiere a la compatibilidad y duración del material dependiendo de la técnica que se utilice para soportar el paso del tiempo, al manejo y trato que se le aplique, a la exposición y variación del clima, a ambientes determinados, a la corrosión, a temperaturas bajas o elevadas, a los rayos ultravioleta, a la fatiga o capacidad de soportar una fuerza o presión continua, al impacto, conservación prolongada de alimentos, inviolabilidad, a sustancias orgánicas e inorgánicas; así se requiere mayor o menor resistencia, que repercuta en la calidad.

Facilidad de modelarse: es la capacidad del material para adecuarse a la forma del diseño gráfico, a través de las cualidades del propio material. Flexibilidad, elasticidad o capacidad de volver a su forma original después de sufrir deformación (Indeformable), maleabilidad o posibilidad de cambiar de forma. Son susceptibles de moldearse (dibujarse y esculpirse) mediante procesos térmicos, a bajas temperaturas y presiones

Acabados: se refiere al aspecto integral que brinda el material en el refinamiento del diseño gráfico total aplicados de modo especial o característico como dibujo de: logotipo, firma, formas, siluetas, textos, signo, símbolos, etc.; con un corte, doblado, calado o perforado, troquelado, incisiones, pegado, engrapado, plastificado, barnizado, que recaen en su tamaño, forma, grosor, color, textura, opacidad, brillantes; al hacer uso de algunos detalles que le proporcionen distinción y emplear materiales complementarios al principal.

Otros acabados. En muchos casos se usan las técnicas de terminado para aumentar la utilidad de la pieza impresa, pero a menudo se emplean simplemente para mejorar el atractivo visual.

El efecto estético o su apariencia, la influencia psicológica, su permanencia, su durabilidad, su costo y peso. Es conveniente destacar que algunos de estos materiales, herramientas, soportes y procesos tienen que ser muy baratos en su aplicación correcta. Para aprovechar esos ahorros como parte relevante del diseño gráfico.

De esta manera, se logra ver y comprobar que el uso de materiales, herramientas y soportes se han ido transformando a tal grado de contar actualmente con sus similares más potentes, rápidos; en algunos casos, económicos y de fácil acceso. Permite comprender el cambio del dibujo tradicional al digital con

ejemplos y evidencias variadas. Lo importante entonces, es el reconocimiento continuo e identificación de los diversos materiales, instrumentos y soportes que ayude a una mejor ejecución del dibujo y sus posibles aspectos gráficos, materiales y/o virtuales: pintura, grabado, ilustración, fotografía, etc., inmediata y paulatinamente.

Por otro lado, los formatos digitales (soportes) son el reflejo de los formatos análogos o tradicionales, aunque cada vez se han ido creando nuevas opciones que no tienen semejanza en papel, por ser este el soporte inherente. El formato de un diseño gráfico digital se define como la forma en que se presenta la información (archivo). Es el medio virtual o físico donde esta guardada la información: el disco duro, usb, cd, etc., y determinan la forma de distribución del diseño gráfico.

La aparición del medio digital ha propiciado cambios sustanciales en el lenguaje gráfico o visual. El lenguaje es más especializado, las posibilidades muy diversas, casi automáticas. El dibujo puede tener las mismas características de aspecto, de uso y se rige por las mismas reglas, por decirlo de un modo. Las diferencias entre ambos sistemas el tradicional y digital van disminuyendo gradualmente y muchas de ellas pronto se habrán fusionado o eliminado por completo. Las posibilidades de reproducción del dibujo cobran una nueva dimensión en el medio digital. Las tecnologías digitales proporcionan numerosas condiciones para explorar, ampliar, innovar y hacer realidad los dibujos con medios mucho más rápidos, maleables y económicos. (Figura 54). En estos días, la mayor parte de los dibujos (diseños gráficos), se realizan en la



Figura 54. Ninguna herramienta o proceso ha influido tanto como la computadora y los periféricos en los métodos empleados para creación, manipulación y tratamiento del dibujo.

computadora que incluso es portátil y se lleva a cualquier lugar. Esta no sólo ofrece eficiencia, calidad y precisión, sino también, habré nuevas posibilidades en todas las áreas del diseño y comunicación visual, facilita la creación y producción gráfica en un plazo más corto y directo.

Ninguna herramienta o proceso ha influido tanto como la computadora en los métodos empleados para creación, manipulación y tratamiento del dibujo. Ha proporcionado un rendimiento extraordinario al transformar el trazo del lápiz como la herramienta más común. Contribuye a situar al dibujo en un nivel extraordinario, y amplía la gama de posibilidades digitales, unida a los conocimientos técnicos. La tecnología digital ha ayudado a cambiar las oportunidades de elegir los procesos de producción del dibujo en la impresión y la previsión de resultados para medios totalmente digitales.

La técnica digital tiene claras ventajas, pero también sus desventajas en la creación, presentación y reproducción del dibujo. En el presente hay soportes digitales de diversas, medidas y capacidades utilizadas en dos plataformas ampliamente conocidas: "P.C." (Computadora personal) y otra "Macintosh" que pueden crear y contener "archivos" (dibujos o diseños gráficos). Un tipo de soporte en aspecto virtual para luego, si se quiere, convertirse en soportes bidimensionales y/o tridimensionales (reales). La diversidad de materiales y superficies disponibles para los dibujos de representación, de presentación e impresión en el diseño y comunicación visual, ha crecido en forma paralela a este equipo especializado, técnicas e instrumentos. Al utilizarse se amplían los conocimientos, experiencias y habilidades para el dibujo en el diseño y la tecnología.

Entre las posibilidades que trajeron la era digital y la abundancia de periféricos, es la introducción de dibujos, diversos tipos de imágenes y materiales visuales sin pasar antes por un sistema óptico. Su distribución es inmediata y con mayor calidad. Las técnicas son más o menos las mismas, ahora se pueden producir resultados más versátiles, predecibles y elaborados con operaciones más sencillas e inmediatas. La computadora admite dibujar, diseñar y visualizar cosas y acciones sencillas o complejas; además se logran obtener en los hogares, oficinas o en cualquier lugar virtual o real y no necesariamente en la imprenta; con resultados satisfactorios y profesionales en pequeñas, medianas y suficientes cantidades.

Algo que se ha ignorado en el diseño y comunicación visual; es lo que transmiten los soportes (reales y/o virtuales), a los cuales se les puede atribuir significados, estilos y conceptos específicos si se les mira como forma, dibujos o símbolos particulares, es decir, se puede extraer un lenguaje como se ha hecho con todos los elementos gráficos participantes en algún proyecto de diseño gráfico. Por ejemplo; en una deficiente elección pueden alterarse mostrándose desagradables y de poca calidad, tener uno o varios significados según sea su manipulación; esto se debe definir intencionalmente. Es susceptible de integrarse a una acción comunicacional como lenguaje no verbal por su: forma, color, textura, peso, brillo, opacidad, flexibilidad, grosor, transparencia, manipulación y fácil obtención. En la utilización de los soportes tradicionales y modernos conviene reflexionar sobre sus características para aceptar cualquier proceso de acabado.

Los materiales, herramientas y soportes reales o virtuales usados en el diseño gráfico no son al azar, normalmente cumplen una parte integral en el mensaje visual y lingüístico, en la comunicación; esto, se da por hecho, de forma directa o simulada;

sin considerar que poseen una significación intencionada, participan con eficacia. Esto sucede porque el individuo es sensible a su aspecto tratado como formas o dibujos, con lo cual son capaces de conmoverlo por que cuentan con elementos que se manipulan con esta intensión como: las sensaciones, emociones y sentimientos que provocan como: alegría, amor, amistad, confianza, etc., proporcionan conceptos como: calidad, resistencia, dureza, opacidad, brillantes, etc. Aluden a bienestar, complacencia, economía, etc. Llevan a estilos como: moderno, femenino, campestres, futurista, entre otros. Es necesario añadir un enfoque “semiótico” al soporte como parte integral del diseño gráfico, sin verlo obvio, con esto se dispone de un amplio repertorio de posibilidades gráficas y comunicacionales. De darle al lenguaje no verbal del soporte la eficacia suficiente para deleitar, persuadir, informar, conmover, convencer, etc. Todo lo explicado al respecto de materiales, herramientas y soportes pareciera ser ajeno al dibujo pero no lo es, para planear y elegir todo lo comentado esta presente en sus distintos aspectos: imágenes mentales, ideas, percepciones, emociones, representaciones gráficas, formas, colores, sustancias, signo, instrucciones, metodologías, experimentaciones, etc.

Utilizar y diseñar soportes gráficos, es aplicarles funciones visuales y comunicativas precisas. Lo cual no siempre tiene relación directa con las superficies o soportes como se ven en la realidad o existencia, sino que es necesario agregarles una función, una intencionalidad expresiva y comunicativa concreta por el diseñador gráfico. El soporte dispuesto de esta manera es un elemento clave e imprescindible del sistema de comunicación visual. Es un producto creado para la comunicación masiva a través de la industria y otros medios que consideran sus cualidades funcionales como las: visuales, estéticas, expresivas,

psicológicas, químicas, físicas, simbólicas, lenguaje y comunicacional. Sustentadas a través de dibujos, textos y colores principalmente.

En la elaboración del dibujo como boceto y luego anuncio, puede pensarse, no sólo lo que se va a decir, sino como, con que, en donde y para que se va a decir. Así, el soporte se vuelve un elemento gráfico de suma importancia desde el momento que se integra e interactúa con todos los otros elementos gráficos: texto, dibujo, imagen, color, técnicas de representación y expresión, etc., ante su público.

El diseñador gráfico que usa diversidad de soportes bidimensionales y/o tridimensionales desarrolla más su creatividad, amplía sus conocimientos. El soporte (medio o canal) y los materiales empleados para transmitir los mensajes son los que realmente condicionan su adecuada lectura y comprensión; por lo tanto su objetivo. Sin embargo, su uso depende del contexto en el cual se aplica.

Los diferentes soportes de transmisión en que son popularizados los dibujos como: marcas, logotipos, señales, etc., de los productos o servicios ayudarán a reforzar su aceptación y estandarización, mediante la repetición. Estos pueden en algún momento potencializar soluciones que no estaban previstas, en su formalización, pero sí en su acción.

Por otro lado, los temas y los mensajes, si son aplicados en materiales no adecuados pueden distorsionar o actuar como obstáculo en la comprensión de los mensajes. Quizá provocar ruido e indiferencia, en el proceso de comunicación visual. Es necesario considerar sus aspectos, sus técnicas de representación y expresión gráfica. Cada grupo de estos elementos: gráficos, materiales, herramientas y soportes; ya integrados se constituyen en “técnicas gráficas”. Son piezas importantes, ya que componen



Figuras 55. Hoy en día, el dibujo se expresa en aspectos, técnicas y medios muy variados que incluyen gran cantidad de estilos y calidad gráfica.



la base física (material) o virtual (visual) bi o tridimensional, el desarrollo y determinación de la información (mensaje) y el medio por donde se mostrarán (canal); y llegarán directa o indirectamente a su público. Determinan los aspectos del dibujo, boceto, presentación, diseño gráfico, anuncio, entre otros y a su vez en una manera de manifestación y comunicación visual.

2.4. EL DIBUJO Y SUS ASPECTOS

Son el resultado de la interacción de materiales, herramientas y soportes aplicados como avances y tecnología a la creación de dibujos para la comunicación visual. Hoy en día, se expresan en aspectos, técnicas y medios muy variados que incluyen gran cantidad de estilos y calidad gráfica. Las técnicas del dibujo constan de reglas y convenciones que en forma de métodos o estrategias norman el empleo de determinados materiales, herramientas, soportes, tecnología. Son la fuerza y el número casi infinito de aspectos en que se pueden presentar y usarse para lograr una comunicación visual efectiva. (Figuras 55).

Las técnicas al representar a través del dibujo, usualmente se aplican para componer un boceto; punto de partida para el diseño gráfico; a través de pasos que se apeguen a la fidelidad de las ideas visualizadas o reales de acuerdo a objetivos, tema o contenido; que expliquen a otros con claridad la intención de lo dibujado o representado. Que se muestre como una forma de expresión sencilla o compleja con efectos visuales o gráficos, icónicos, textuales, cromáticos, materiales, bidimensionales y/o tridimensionales, reales o virtuales. Apegados a especificaciones.

La selección de una o algunas técnicas gráficas para realizar bocetos, depende de la capacidad y habilidad que se tenga para el dibujo, ya sea burda, media o con mucha calidad. Así, como de la

capacidad de optimizar cada técnica, conociendo para que, cómo, cuando y dónde usarlas; la mejor selección tendrá que ver con la experiencia personal, conocimientos, juicio y expectativas del diseñador gráfico. Hay sin embargo, algunas consideraciones para la selección objetiva de las técnicas adecuadas en cada dibujo o boceto: algunas de ellas son el efecto y aspecto, dirigidas a cumplir y satisfacer necesidades concretas: ya sean gráficas, materiales, de tecnología, económicas, sociales y de “comunicación visual”, esto puede resumir el objetivo general de los bocetos. Si el boceto seleccionado (dibujo) es definido en términos del mejor valor de comunicación, entonces, la técnica escogida de cumplir este objetivo será el factor determinante para decidir sobre ese recurso.

Las técnicas gráficas son las opciones o maneras de transformación del dibujo de forma manual, mecánica, fotomecánica y digital generalmente; las estructuras, el origen y aspecto que toma cada propuesta gráfica como proyecto y/o producto. Son de gran utilidad para ilustrar, explicar y conceptualizar distintos componentes, mecanismos o partes del mismo bajo diversos puntos de vista, pueden ser usadas para hacer estudios de color, proporción, efectos de transparencia, perspectiva, o cuando los dibujos se efectúan tridimensionalmente como maquetas; por ejemplo.

Actualmente las técnicas gráficas se incorporan al boceto como: proceso, aspecto o estilo y cada una apropiada y necesaria para un estudio determinado del ciclo diseño-producción. Muestran opciones de representación y presentación que tendrá un avance e integración de acuerdo a su planeación hasta transformarse en: ilustración, pintura, collage, grabado, fotografía análoga o digital con o sin efectos, acromática o cromática que destacan por su importancia en la novedad,



Figuras 56 (Arriba y abajo). El dibujo y el grabado son dos de las técnicas más usadas para la comunicación visual por la variedad de aspectos que se pueden lograr.

gRUPO hORMA
consejo arte y diseño

taller de grabado

02 de agosto de 2008

Xilografía & linoleografía
Impartido por Jorge Borrero

Objetivos
El participante conocerá y aplicará los procesos de grabado en linóleo y xilografía y aprenderá a imprimir sus placas en blanco.

Fecha de inicio: 02 de agosto de 2008
Horario: Sábado de 11:00 a 13:00 hrs.
Duración: 16 horas
Costo: \$ 1.400.000 pesos

Información e inscripciones
TEL: 562.5221 (línea 1) 562.1424
www.grupoforma.com
www.grupohorma.com

imitación o igualdad al representar con fidelidad los materiales, las superficies que se proponen para el objeto, sitio, producto o medio impreso diseñado.

El dibujo no se limita a un aspecto de representación gráfica, tiene la capacidad de transformarse para integrarse en actividades específicas y especiales del diseño y comunicación visual. Los cambios de nombres y aspectos son importantes e identificados como proceso del dibujo en la creación, presentación, preparación y reproducción del dibujo como imágenes concretas y especializadas a modo de “propuestas de soluciones” que en lo posible abarcan las técnicas gráficas conocidas: LA PINTURA Y GRABADO: EXTENSIÓN DEL DIBUJO.

Donde pasa a otra etapa gráfica más elaborada; sirve como *estructura*, así, por extensión se llama “Pintura” al dibujo que aplica una técnica de representación particular, dotándole de colorido y forma especializada y detallada, o sea un “aspecto” individual de los mencionados, conseguido por las partes que lo componen principalmente. Puede ser bidimensional y/o tridimensional y a su vez tradicional o digital. Consiste en utilizar técnicas gráficas cromáticas como: el óleo, acuarela, lápiz de color, pastel, etc. Donde el trazo es directo y preciso con algunas herramientas adecuadas y especiales, sobre diversos soportes de variadas características, en distintas condiciones ya sean: burdas, finas, secas, húmedas o no convencionales. Que servirá como técnica de producción de dibujos e imágenes para la comunicación visual. Es la técnica más común utilizada; es a través de esta que se reconoce la parte artística, sin embargo va más allá, Y la distingue la visión con que el diseñador gráfico la aplica en la etapa comunicacional principalmente (Figura 56).

El grabado es una de los aspectos del dibujo que utiliza

herramientas como el buril o navajas y soportes que se rayan, tallan, presionan y/o desgastan previamente, la piedra, la madera, el metal y actualmente el linóleo, entre otros. Unos rígidos, duros y otros flexibles; donde el trazo y la preparación son directos e indirectos. Es una opción creada por medio del dibujo, donde se hacen trazos o formas para su transferencia: hendiendo, presionando, frotando, raspando, cortando, etc. Esta técnica ayuda a realizar de forma básica e inmediata la copia del dibujo; es la forma sencilla de estampación elemental, económica pero muy eficaz. Es un dibujo (matriz) que se transfiere y se efectúa a partir generalmente, de placas (planchas) de materiales diversos: madera, piedra, linóleo, cobre y cinc. El grabado se utilizó como técnica artística para después hacer una aplicación comercial, entre otras. El grabado es la técnica de duplicación, creación y reproducción de dibujos a partir de la cual evolucionó el proceso de transferencia e impresión a otros más complejos como offset, flexografía, etc.; maquinaria de transferencia muy empleada en la producción de anuncios para la comunicación visual. Si se aplican todos los aspectos anteriores del dibujo; de esta manera se amplía la tecnología.

El dibujo de transferencia, una cualidad del dibujo de diseño y comunicación visual es esa etapa masiva o de multiplicación por medio de la copia, que esta considerada en su creación para tal situación, efecto u objetivo. Es una técnica que logra representar y obtener más de una vez la misma composición o diseño gráfico. Funciona como simulaciones de proyectos que aun no requieren de especificaciones, pero si de aspectos concretos como copias o duplicaciones; su uso por supuesto es limitado, pero sirve eficazmente para representar ideas muy definidas y apegadas a su objetivo gráfico y comunicacional. La transferencia o copia en sus diversas posibilidades se pueden aprovechar en y como bocetos

de manera creativa, original y novedosa.

Actualmente se cuenta con opciones manuales y maquinaria para copias, para dar una idea, existe la duplicación, la fotocopia, el sello. Conviene aprovechar las posibilidades y potencial creativo, económico y rapidez con que se obtienen. La facilidad de ampliar, reducir y tener un número más o menos elevado de ejemplares, reproducir por las dos caras del soporte, organizar copias de uno o distintos documentos. No se vea ajena la técnica de transferencia a las actividades previas del diseño y comunicación visual.



Figuras 57 (Arriba y abajo). El Collage se combina o fusiona en muchos casos con trazos de dibujo, pintura: acuarela, grafito, pastel, óleo, grabado. Se convierte en apoyo visual, en recurso gráfico para transmitir ideas, conceptos y puntos de vista a través de un dibujo especial.

EL COLLAGE: COMBINACIÓN DEL DIBUJO. Es un procedimiento que consiste básicamente en reciclar materiales, dibujos, no así, ideas, conceptos o mensajes; por medio de pegar recortes de materiales que son elegidos y seleccionados por sus características y cualidades en la transmisión del mensaje como diseño

gráfico utilizando impresos, fotografías, telas, cartones, papeles, plásticos, barro, tintas, laminas, vidrios, tierra o arena, etc., sobre una superficie previamente estructurada y planeada con detenimiento; que serán comprendidos de forma única por el público. En ocasiones de forma espontánea, se crea un dibujo formado al pegar otros varios sobre un soporte común y combinar materiales, esto no significa al azar o sin significado.

El collage supone un medio de expresión cargado de libertad que se manifiesta en las múltiples formas y procedimientos empleados (Figura 57). Forma artística ilimitada que permite al creador (diseñador gráfico) dar rienda suelta a su inspiración y fantasía. La técnica utilizada con imaginación y originalidad es una opción que permite la construcción de composiciones (diseños gráficos) de sorprendente calidad plástica. El Collage se combina



o fusiona en muchos casos con trazos de dibujo o pintura: acuarela, grafito, pastel, óleo, grabado; que dotan a la composición de mayor interés y personalidad. Se convierte en ayuda visual, en recurso gráfico para transmitir ideas, conceptos y puntos de vista a través de un dibujo especial.

Al hablar de collage se hace referencia al arte moderno, al contemporáneo y hoy día del llamado arte digital; creado en la computadora que parten del mismo principio cortar, rasgar, mezclar, creando el dibujo o fotomontaje; al hender, transferir, frotar, fusionar, pegar o encolar. Y nuevamente el aspecto cambia. Y así su tecnología.

LA FOTOGRAFÍA: TRANSICIÓN DEL DIBUJO. Con la invención de la fotografía, el ser humano confirma que la naturaleza dibuja, plasma o proyecta el entorno. Es una técnica que ha desempeñado una función importante en la representación y comunicación visual. Se suma a las anteriores; es otro aspecto y forma de tecnología del dibujo que ayudaba y ayuda a copiar o representar el entorno con mayor realismo y precisión. La fotografía empezó como auxiliar del dibujo que admitía ampliar, reducir o copiar a tamaño natural los objetos, sujetos o paisajes principalmente. Esta permite lograr, mediante la manipulación, ciertos efectos más fantásticos o diferentes, inmediatos o casi, de lo que pudiera lograr el dibujo. (Figura 58)

La fotografía es imagen técnica más desarrollada no precisamente manual, es decir, una representación de las cosas existentes con la ayuda de una herramienta, máquina o aparato más sofisticado. Mientras que el dibujo es un conjunto de trazos manuales con una herramienta común en su aspecto más tradicional, que pueden ser una figura abstracta, una estructura



Figura 58. Es una técnica que ha desempeñado una función importante en la representación y comunicación visual. Se suma a las anteriores; es otro aspecto y forma de tecnología del dibujo que ayudaba y ayuda a copiar o representar el entorno con mayor realismo y precisión.

lineal o esquema, una combinación de recursos gráficos diferentes: tipografía, caligrafía, otros signos, etc. Y aunque muchas veces los resultados se imitan entre sí. La fotografía imitando al dibujo y la pintura; el dibujo y la pintura imitando a la fotografía, la naturaleza de unas y de otra permanecen como dos formas de representaciones gráficas esencialmente diferentes, pero de un mismo origen. En el diseño y comunicación visual suelen complementarse.



Figura 59. La fotografía como imagen de la realidad entra en las artes gráficas de la mano de un invento que ella misma, había hecho posible: el fotograbado.

La fotografía se independizó del dibujo para ser otra técnica más exacta del entorno natural a través de la creación y selección de imágenes; aunque en ocasiones se apoya en el dibujo como forma de visión y estructural previa para su obtención. La fotografía como imagen de la realidad entra en las artes gráficas de la mano de un invento que ella misma había hecho posible: el fotograbado tramado, que permitiría la reproducción de las medias tintas, los matices intermedios del blanco al negro, el efecto de luces y sombras y la ilusión de volumen, con una sensación sorprendente de realidad que contrastaba fuertemente con la pobreza de su precedente, el grabado de línea por medio de trazos manuales (dibujo) (Figura 59).

La fotografía tiene en principio un realismo, un poder de comunicación más directo y más fácil. No se trata en ningún caso excluir el valor del dibujo, la ilustración o cualquier técnica gráfica, pero tampoco se puede decir, que sean siempre el camino más válido para la realización del mensaje gráfico. Cada técnica tiene su especialización, y por esto, un ámbito de aplicación en el cual se obtienen resultados óptimos y previsibles.

Lo importante en cualquier caso, es saber elegir la técnica gráfica para cada idea, cada propuesta, cada diseño gráfico. La

técnica gráfica y el tipo de imagen apropiada para saber combinarlas con el fin de producir comunicación visual eficaz.

Generalmente ocurre que, aún siendo la fotografía el elemento principal de un diseño gráfico, esta combinada con tipografía y a menudo por otra forma de ilustración que en su origen esta el dibujo. Así, con la posibilidad de registrar un acontecimiento real transformado en documento; y puede ser este reproducido en un número indeterminado de copias o de ejemplares impresos; llegar así, a la colectividad o a las masas. Nace de esta manera, una técnica de la producción de imágenes en la comunicación visual, y con ella la posible verdad automática; la captura y retención de personas y hechos perecederos, y el dominio del tiempo, la posesión del instante congelado y su disponibilidad material. La fotografía como registro de lo real y la imprenta como vehículo de su difusión con la capacidad de producir, reproducir, difundir y conservar imágenes, lo que es función originaria de la interacción de la fotografía y la imprenta.

Aparece el diseño editorial; una área importante del diseño y comunicación visual con la edición de libros y revistas, la publicidad, las publicaciones didácticas y los documentos. Entonces, es obvio que la fotografía tendría un lugar propio, perfectamente definido entre los medios de diseño y comunicación visual. Con su desarrollo progresivo, la inclusión del color, las facilidades técnicas y cada vez mayor calidad de los sistemas de reproducción e impresión; la fotografía invadiría dichos sistemas. La ilustración fotográfica toma su lugar en la civilización de la imagen y llega alcanzar simultáneamente la categoría de arte, de documento científico y también el estatuto de producto de consumo gracias al marketing y a la publicidad masiva.

El diseño y comunicación visual utilizan abundantemente la

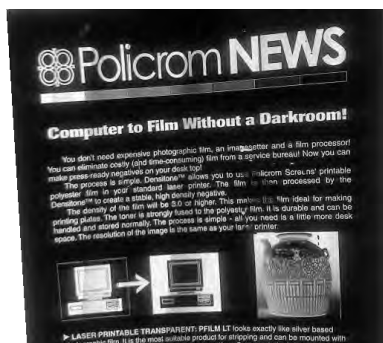


Figura 60. (Arriba). La fotografía se adaptó como medio de hacer placas o películas transportadoras de dibujo imágenes técnicas para los distintos procesos de reproducción de manera más sencilla y con mayor calidad.

fotografía como ilustración, y con ello amplía su repertorio de recursos icónicos. Junto a la autonomía del dibujo, a la abstracción de la ilustración gráfica, a la lógica del esquema, la ilustración fotográfica, en tanto que otra forma de lenguaje visual. Además se ve como está ha hecho posible los procesos de reproducción o impresión, “diferentes” a la tipográfica; al utilizarse como películas o fotolito. El fotolito es un dibujo convertido en película de acetato y en la matriz de impresión por un proceso

fotográfico o digital; se obtiene de acuerdo a características de la reproducción, ya sea separación o selección de color en plasta o trama (Figura 60).

La fotografía se adaptó como medio de hacer placas o películas transportadoras de imágenes técnicas para los distintos procesos de reproducción de manera más sencilla y con mayor calidad. La corrección es más fácil e inmediata. La tipografía pudo tratarse como dibujos de línea en blanco y negro, y las ilustraciones con el uso de tramas se pudieron representar como tonos continuos y pudieron ser impresas como materiales a media tinta (con aspectos reales). Todas estas técnicas gráficas sufren un cambio de lo análogo a lo digital, que vienen a tecnologizar al dibujo aún más. Estos adelantos admiten una mejor comunicación visual.

EL DIBUJO VECTORIAL Y BITMAPS: DIGITALIZACIÓN DEL DIBUJO. Con el avance de la tecnología se hizo posible crear una herramienta como el ordenador o la “computadora” (como se le llama en México), capaz de hacer más fácil, rápida y económica la representación del dibujo, llamado “Vectorial” (imágenes geométricas). Un tipo de dibujo que se construye en la computadora auxiliado por programas especializados como Adobe Illustrator®, Macromedia® Freehand®, CorelDraw®, entre

otros. Aunque solo algunos han sobrevivido a versiones más recientes.

La computadora puede representar gráficamente cosas u objetos con precisión y eficiencia. Son representaciones de más nivel, dado que cada objeto mantiene su estructura y puede ser seleccionado y modificado rápidamente en cualquier etapa de la elaboración del dibujo.

Los Dibujos Vectoriales son representaciones “virtuales” en principio; ya sean (ilustraciones, caricaturas, mapas, señales, logotipos, gráficas, etc.), pueden ser escalados a prácticamente cualquier tamaño sin perder calidad al ser impresos (obtenerlos materialmente). (Figura 61).

Dibujos y Fotografías Digitalizadas. Son, en su definición más básica, una cuadrícula formada por celdas (generalmente, aunque no siempre, cuadradas), a cada una de las cuales le es asignado un color, formando así; la imagen total, mediante un conjunto de «puntos» alineados unos junto a otros. En términos generales, en un bitmap: en esté cada punto (llamado Pixel), es independiente de los demás, sin importar si el color es el mismo, similar o completamente distinto. (Figura 62).

Los bitmaps o “fotografías digitales” son además, por lo general, el tipo de gráfico de computadora más intuitivo y adecuado para la ilustración, a nivel profesional, dado que se dispone de herramientas que imitan las tradicionales para este tipo de trabajo.

A diferencia de los dibujos vectoriales que se crean “directamente” en la computadora por medio de programas especializados, hay otros dibujos y fotografías que se crean o se obtienen “indirectamente”; en este caso; se utilizan dispositivos llamados periféricos para digitalizar o transferir imágenes, como dibujos y fotografías a la computadora

Figuras 61. (Abajo). Un tipo de dibujo que se construye en la computadora auxiliado por programas especializados como Adobe Illustrator®, Macromedia®, Freehand®, CorelDraw®, entre otros.



Figura 62. (Abajo). Los dibujos y fotografías digitalizadas son otro recurso gráfico donde se puede identificar al dibujo tradicional.



denominados “escáneres y cámaras digitales. Por lo que, este tipo de auxiliares gráficos para presentar un proyecto tiene un alto grado de calidad.

Después de conocer y reflexionar lo anterior; la elección y clasificación de las técnicas gráficas. No puede ser arbitraria. Depende de la capacidad creativa, objetivo estético, tema, concepto, contexto, y del significado que de antemano se proponga darle en la comunicación visual. Actualmente las técnicas gráficas se clasifican en: manuales, mecánicas, fotográficas y digitales. Pueden actuar de manera individual o conjunta. Se puede usar cualquier recurso siempre y cuando sea útil y práctico para solucionar el problema o necesidad

social. Se toma en cuenta que la habilidad técnica aumenta con la experiencia, no hay otra manera de llegar a conocer el dibujo y sus opciones gráficas, sólo utilizándolos con frecuencia para confirmar sus características, capacidades y sus limitaciones. Cuanto más dominio se tiene sobre la técnica gráfica, más fiel es el trabajo final; que coincide con el concepto de diseño gráfico original. Dice Jorge Gómez Abrahams:

*“La realización de representaciones fieles de un producto que aún no existe, llevadas a cabo en el menor tiempo posible y con un alto nivel de eficiencia en la comunicación de detalles, materiales, efectos ópticos y acabados”.*⁴⁸

En otras palabras, se usan las técnicas gráficas a medida que se vayan necesitando, en lo posible se integren las tradicionales con las digitales. Así, el dibujo de diseño y comunicación visual tiene en su realización exigencias de: configuración, técnicas, estéticas, funcionales, comunicacionales, producción, que recaen

48 Gómez Abrahams, Jorge.
Dibujos de Presentación, Edit.,
Tilde, UAM, Azcapotzalco, 2000, p.
18

en la exactitud de la representación de los detalles de un objeto, sujeto, servicio o lugar con un objetivo único (distribución y consumo).

En algunas aplicaciones, una técnica nueva aunque resultará en principio más cara puede justificarse si satisface la necesidad de urgencia, o si su efecto de comunicación visual es sobresaliente o relevante. Es recomendable trabajar más cómodamente combinando varias técnicas en un mismo dibujo (idea). Finalmente, es esencial entender que el uso de cada técnica gráfica y medio, dependerá en gran medida del tipo de proyecto o producto que se desea representar, así como del tipo de negocio, empresa, institución o industria, mismos que pueden variar enormemente dentro del vasto campo de acción del diseño y comunicación visual. Este conjunto de técnicas tiene aplicaciones inconfundibles y distintas a otras áreas y profesiones.

El dibujo se “vincula con el proceso de diseño gráfico” a través de las técnicas gráficas, por ser la manera en que se desarrolla la concepción de ideas hasta la realización material de estas de forma bidimensional y/o tridimensional, real o virtual. Sirven al diseño y comunicación visual y lo hace desde aspectos muy elementales hasta los más complejos posibles. Con el dibujo aplicado en estas condiciones se está diseñando:

*“Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar. Diseñar implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones”.*⁴⁹

Por esto, el diseño y comunicación visual demandan un dibujo

49 Frascara, Jorge. Diseño de comunicación, 1ª. Ed. Infinito, Buenos Aires, 2006. p. 23

que se ha ido y se va complejizando y cada rama de éste requiere dedicación, conocimientos y habilidades cada vez más especializadas. El dibujo de diseño y comunicación visual esta creado y especializado para instituir, instruir y construir de manera inicial un: boceto, logotipo, pictograma, etiqueta, señal, periódico, etc. Incorpora desde su origen, un alto grado de: planificación, compilación de información general y particular, conocimientos, en sus diferentes etapas; para generar proyectos que resuelvan diferentes objetivos gráficos, sociales, económicos, culturales, educativos, etc. Posee una planificación que muestre respuesta o solución especializada y ajustada a un complejo conjunto de demandas. Tiene la capacidad productiva de definir antes de su ejecución, todos los aspectos formales del mensaje bimedia para que las intenciones implicadas se cumplan de la mejor manera posible. Predetermina las características de un objeto que aún no existe o introduce mejoras en productos u objetos existentes convirtiéndolos en algo diferente. Se hace de manera paulatina para lograr una transformación controlada creativa, novedosa e innovadora.

La facilidad o el grado de soltura, la claridad con que se exprese con el dibujo como medio de comunicación visual, dependerá del conocimiento que se tenga de sus fundamentos y en gran medida de las veces que se practique y de cómo se haga; es decir, del desarrollo de la habilidad para ejecutarlo. Así, se puede ver la importancia del dibujo como la parte vertebral del diseño y comunicación visual. Esto es lo decisivo y lo que lo distingue del dibujo de otras áreas similares.

Cualquier boceto o proyecto de diseño y comunicación visual puede ser realizado con estas técnicas; para detallar visualmente circunstancias, materiales y contextos en un medio impreso

(anuncio) por ejemplo. La utilización del boceto en el diseño y comunicación visual va de lo particular a lo general, de una parte al todo. Incluso se lo considera una especialización en la producción de dibujos adecuados a la información en cada área, en cada producto o servicio. En el diseño y comunicación visual es un modo general, una forma de “presentación” de mensajes y conocimientos por medios icónicos. Puede hacerse por medio de dibujos fijos, como la de los libros, los catálogos, los folletos, los carteles; Secuenciales, como los del cómic y las fotonovelas, por ejemplo. Pero sea cual sea la forma precisa que adquieren dibujos y palabras son la materia básica para la comunicación; el objeto de la combinatoria gráfica en la configuración y transmisión de mensajes.

El boceto es la producción de dibujos e imágenes con una variedad de técnicas gráficas que lleva a verlo como presentación con calidad, destreza, economía, para la comunicación visual.

2.5. EL DIBUJO DE PRESENTACIÓN

Es un instrumento profesional de exhibición que experimenta con diferentes ideas, materiales, soportes y técnicas; establece objetivos, la magnitud y presupuesto del proyecto; se ve como el mensaje prefabricado y cuidado antes de ser emitido; donde no existe la improvisación, las ambigüedades o los ruidos visuales; todo es cuidado a favor de asegurar la correcta transmisión y comprensión del significado global apegándose a “instrucciones recibidas”.

Los dibujos de “presentación” son los vehículos más importantes de transmisión de datos e información visual; se hacen en forma de apuntes literarios e icónicos rápidos que irán ocupando distintos niveles de acuerdo a su desarrollo y área:



Figura 63. El dibujo como medio de presentación gráfica ofrece posibilidades de crear bocetos que remitan e identifiquen ciertas cosas, actividades, lugares de modo atractivo y las pueda distribuir a través de canales de comunicación visual, apreciados como marcas, productos o servicios (anuncios).

burdos, medios, con calidad y alta tecnología; se habla del “Boceto Profesional” una de las formas elementales de presentación, del uso experto del dibujo, donde se hace visible el concepto de “diseño gráfico y publicitario de comunicación visual”. El dibujo como medio de presentación gráfica ofrece posibilidades de crear bocetos que remitan e identifiquen ciertas cosas, actividades, lugares de modo atractivo y las pueda distribuir a través de canales de comunicación visual, apreciados como marcas, productos o servicios (anuncios) (Figuras 63).

Muchas de las actividades del diseño y comunicación visual requieren de una forma de exponerlos, que van desde las primeras ideas hasta la manera en que los observaran el espectador, usuario o consumidor. Si será de modo pasivo, interactivo, bidimensional, tridimensional, impreso, etc. La presentación no puede conformarse con mostrar ideas, objetos o productos debe llegar a los anhelos, gustos, aspiraciones del usuario o consumidor.

Es importante que la presentación gráfica a través del dibujo informe de manera, sencilla, secuencial, temporal, económica y práctica; dar soluciones de alguna necesidad social.

El boceto es quizá la forma más común de comunicación visual. En este, el dibujo pasa a ser el modo de contacto y enlace más frecuente entre diseñadores gráficos, profesionales, técnicos, personas en general y en especial con el o los cliente(s) o prospecto(s). Muestra avances del proyecto; es importante que el cliente se de cuenta de todas las etapas por las cuales pasa antes de llegar a la solución final; refleja la investigación, el proceso creativo, el profesionalismo, la reflexión, la innovación, eficacia, economía y la decisión para su reproducción o viabilidad para

considerar su aceptación como la mejor opción gráfica y confirmar el “trato” del proyecto o programa de comunicación visual.

El boceto de diseño y comunicación visual se considera erróneamente una pieza individual; que resuelve todo y de inmediato, no es así, requiere de un proceso de construcción y análisis para aplicarse a un programa de comunicación visual. Por su naturaleza recoge ideas en orden cronológico o no, de este modo permite revisar los conceptos en cierto tiempo, mostrando claro desarrollo; pueden dar paso a algo inexistente o modificar y perfeccionar lo existente; medio poderoso del que depende la retención, modificación, aceptación y transmisión de ideas o mensajes en las distintas áreas del diseño y comunicación visual. Es la combinación de signos lingüísticos, icónicos y cromáticos. Véase como un todo (diseño gráfico). Donde las ideas se expresan como líneas, contrastes, armonías, colores, figuras, texturas, textos, etc. El boceto muestra: conceptos al revelar la esencia de ideas complejas; logra comunicar visualmente de manera clara y concisa para cualquier persona. Al mostrar; indicaciones, es decir, la manera en que se ejecutarán acciones, palabras, premisas o intuiciones; modos de ver, por medio de distancias, ángulos, encuadres, para describir detalles, al proponer opciones en que se puede apreciar y mostrar alguna actividad, un objeto, un sujeto, un lugar, etc.; y funciones exponiendo como se desempeñan las partes o componentes en cualquier etapa del diseño gráfico para su posible o definitiva construcción. Comúnmente se ignora o se limita su realización a un aspecto bidimensional, sin considerar su contextualización, su público, sus materiales y canales para su reproducción y distribución de manera sistemática y constante como proceso remunerable o como anuncio: tarjeta, cartel, volante, revista, envase, etc.

Conviene no prometer más de lo que la producción industrial



Figura 64. El boceto es el medio por el cual se puede presentar, proponer, modificar, clarificar las ideas que llevarán al producto o servicio al mercado. El boceto inicial se reconoce como Preliminar.

puede cumplir. En muchos casos, en la propuesta de bocetos se requiere de la participación de otros especialistas y profesionales afines o distintos para los proyectos gráficos. Por eso es importante que se tome en cuenta la calidad y facilidad de la presentación gráfica y el lenguaje visual utilizado; considerar que por más libre que parezcan las ideas y la presentación, deben “atender las instrucciones del cliente o quien lo solicite. Necesita mostrar un aspecto profesional y técnico óptimo para exponer todos los elementos gráficos participantes apegados a su situación real (trabajo definido). Aunque el diseño gráfico sea rápido y tosco, su mensaje se entenderá al primer vistazo; al permitir que personas con pocos conocimientos técnicos o sin ellos, reciban óptimamente la idea concebida. Para ello; emplear cualquier técnica, material e instrumentos siempre y cuando se consideren un medio realizable compatible, económico y durable en general.

Es aconsejable que se establezca una cantidad mínima de bocetos para llegar a un acuerdo fácil para el diseño final y su reproducción. De esta manera el tiempo y los gastos materiales que exige la elaboración podrá incluirse en el presupuesto global del proyecto. Todo lo anterior deja ver que el boceto por su aspecto, calidad y definición tiene tipos y niveles, pero todos son creados de forma profesional. De acuerdo a las distintas etapas del proceso de diseño gráfico se pueden clasificar en tres tipos principales: Preliminares, Preparatorios, Dummies o Maquetas.

Preliminares. Es el punto en el cual se reúne la información histórica, lingüística, visual, gráfica, esquemática de modo amplio sobre el proyecto. Para entender mejor, lo que se solicita, desde

sus detalles obvios hasta los más complejos. (Figura 64). Es crucial contar con toda la información relevante, puede parecer algo innegable, pero muchos no acaban de comprender la importancia de tener las ideas claras en base a la información recabada y desde el principio. De donde surgen las primeras ideas traducidas a apuntes y dibujos; se obtiene de entrevistas o pláticas con el cliente o quien solicita el servicio. Es imprescindible escuchar con atención, mientras explican el proyecto, anotar los puntos clave de la conversación. Escribir cada detalle cada pensamiento, idea o concepto que se ocurra, no importa que no haya secuencia o aparente relación o si es simple. Las notas serán muy valiosas para analizarlas y detallarlas. Se pueden hallar soluciones espontáneas e intuitivas para ir refinándolas y llevarlas a cabo de manera lógica. La información incluye revisar dibujos, imágenes, fotografías, tipografía, colores que tengan relación con el proyecto, es importante dedicar tiempo a esta etapa de bocetaje; de esto depende que se determine la dirección de las propuestas de solución visual. Desplegar los conceptos y materiales específicos del proyecto en el que se trabaja, identificado, analizados e investigados exhaustivamente, relacionarlos entre sí e inevitablemente con todos los elementos, que se han estado reuniendo; la experiencia, las lecturas, vivencias, lo que se escucha y se ve en los medios de difusión, etc. En el boceto se proyectan todas aquellas ideas que vienen del pensamiento, la memoria y la imaginación del tema y del contexto. Vienen espontáneas, en el momento, por que ya se tienen experiencias previas y concretas, no es un acto mágico, ni casual; en ocasiones con poca definición, toscas, en línea y sin color, pero comprensibles para cualquiera. La mayor parte del trabajo de diseño gráfico se engrana alrededor de varias áreas y actividades específicas donde se proyecta una “empresa, institución o marca” a través de diversos medios, ya

50 Bay. El dibujo publicitario (Principios y técnicas, e ilustración del anuncio) 1ª. Ed. LEDA., Las ediciones del arte., Barcelona, España. 1987, p. 5

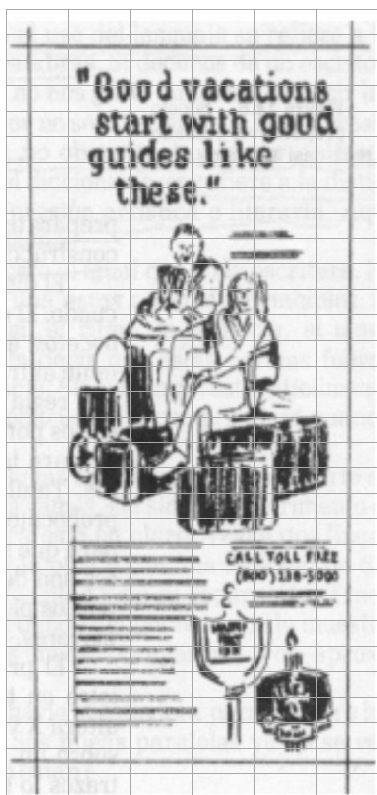


Figura 65. Los bocetos que se aceptan son los llamados preparatorios, elegidos con criterio y profesionalismo. Son las mejores opciones gráficas, técnicas, materiales, financieras y tecnológicas para representar el aspecto definitivo que tendrá la empresa o institución, el objeto, producto o servicio que se creó como diseño gráfico.

sean escritos, de fabricación, envasado, stand, editorial, impresos, etc. Contenidas en lo que se conoce como “promoción y publicidad” donde se requiere de un tipo de representación especial del dibujo que incluso se le llega a llamar así “dibujo publicitario”.⁵⁰ En esta parte, se trata de reconocer en aspectos importantes al dibujo como medio de vinculación o transición al diseño gráfico a través de un proceso y características que permitan explorar modos de desarrollar diseños originales y apropiados como un proceso creativo.

Este paso normalmente incluyen el establecimiento de las necesidades, requerimientos, limitaciones, si es realizable o no. Se examinan las propuestas, se aceptan o se desechan. Los bocetos que se aceptan son los llamados preparatorios, elegidos con criterio y profesionalismo. Son las mejores opciones gráficas, técnicas, materiales, financieras y tecnológicas para representar el aspecto definitivo que tendrá la empresa o institución, el objeto, producto o servicio que se creó como diseño gráfico; los conceptos, las sensaciones que transmitirá, entre otras informaciones.

Normalmente en el boceto preparatorio de forma básica se recomienda usar una “retícula”, para trabajarlo con calidad gráfica y sirve para distribuir y colocar dibujos, imágenes, textos y color principalmente. (Figura 65). Para ordenar la información que se exhibe de forma equilibrada en el formato y soportes seleccionados. Con la retícula se logra la disposición de los elementos de diseño más controlada, más dinámica y creativa. Además de establecer un aspecto individual (o sea el carácter de la presentación persistente, inconfundible y novedosa). La práctica consistente con los elementos colocados en una retícula ayudará

a desarrollar la habilidad para manipular la composición y en definitiva, crear mejores diseños gráficos. La retícula son trazos o dibujo esquemático que funciona como repartidora del espacio ocupado o vacío real o virtual del área total del formato. Provoca la sensación de acciones al azar y de esta manera se puede combinar la acción planeada y al azar logrando mayor impacto visual. La retícula se transforma en “plantilla” o patrón al dejar repetir acciones, en la colocación y distribución de objetos o espacios de manera mecánica, provocando movimiento, unidad y variedad. Establece el grado de legibilidad óptima; proporciona un apoyo incomparable, un acomodo de manera simple, compleja, dinámica, en aparente desorden o sumamente solemne. Permite flexibilidad funcional al coordinar y jerarquizar los elementos elegidos, el material y el contexto. Ayuda a convertir la composición y el área gráfica en anuncio en distintas opciones: página clásica, cartel, portada, tarjeta, empaque, postal, calcomanía, señal, etc.

En esta etapa de elaboración el diseñador gráfico se auxilia de todos los elementos y efectos gráficos necesarios en cada situación, para lograr un dibujo en detalle; comienza a aumentar e incluso algunos colores son especiales; se dibuja a escala, en perspectiva con volumen y vistas en color, etc., se decide si el producto puede funcionar en términos prácticos a la vez estéticos, donde algunos aspectos constructivos y de ensamble se muestran.

En este boceto conviene tener la capacidad de conceptualizar y ordenar en el papel o cualquier soporte los pensamientos e ideas del tema de un: objeto, producto, servicio, lugar, persona, etc. En muchos casos aun inexistentes o existentes; es fundamental elegir elementos gráficos que compongan el dibujo que puede clasificar, explicar y clarificar en pocos trazos y/o palabras una



Figura 66. Las maquetas habitualmente son dibujos materializados bi y/o tridimensionalmente a menudo la única forma de demostrar el aspecto y cómo funciona el diseño o todo el proyecto gráfico.

sucesión informativa:

Se presentan dibujos (ideas) que serán el contenido, tema y contextos; representadas por trazos simples y/o burdos, utilizando símbolos no verbales, verbales, gráficos, cromáticos, etc., Concretos.

Se establece el número de dibujos que participan; se sugiere que sean mínimos para su comprensión. Y se determina la jerarquía e importancia de los elementos portadores de información de manera individual o en conjunto.

Se cuida el orden, se propone el formato, técnicas y materiales definidos para su presentación (bidimensional y/o tridimensional), la organización final, casi invariable.

Técnicas y tecnologías utilizadas para su representación gráfica (acuarela, pastel, óleo, papiroflexia, grabado, gouache, mixta, lápices de colores, ordenador, programas, periféricos, etc.).

Estas decisiones están definidas por el tiempo de vigencia del objeto, producto, servicio o empresa de manera general.

El boceto llega a un nivel de elaboración llamado maqueta o Dummy, donde el cliente es capaz de ver a través del dibujo lo planeado, en su real aplicación.

Además, las maquetas habitualmente son dibujos materializados bi y/o tridimensionalmente a menudo la única forma de demostrar el aspecto y cómo funciona el proyecto gráfico. Es la etapa que demuestra el objetivo de su creación; el campo de pruebas para saber las funciones gráficas y comunicativas sobre el producto, servicio, individuo o lugar. Habla además en términos visuales, comunica la preferencia y placeres del consumidor quien acepta o rechaza. (Figura 65). La

maqueta se puede apreciar como:

Una forma económica del dibujo en la sintaxis visual y los mensajes bimedia determinados.

Realizable a escala: mayor, menor o igual. Y permite acelerar el proceso creativo de resoluciones del problema al admitir el flujo de más dibujos (ideas productivas).

El medio para clasificar problemas operativos, multifacéticos y corregir en todas sus formas a través del dibujo.

El medio de persuasión como dibujo que vende la idea a los clientes y confirma que sus instrucciones están siendo satisfechas.

El dibujo gráfico o material se parece mucho al objetivo final y definitivo llamado prototipo (solución).

El método para comunicar a través del dibujo información completa e inequívoca a los responsables de fabricación, reproducción, acabado y comercialización del producto de diseño gráfico convertido en anuncios: logotipo, cartel portada, envase, señal, etc.

Estos factores harán del boceto (dibujo) un medio realmente efectivo cuando el tratamiento y acabados corresponden al área y propósitos específicos.

Actualmente el uso de tecnología alternativa permite mostrar los bocetos (ideas) de manera más fácil y con mayor calidad, como un nivel más avanzado de los primeros. El dibujo digital de presentación en la actualidad se considera un tipo de dibujo que se genera en la computadora cada vez con mayor facilidad y creatividad; dota al diseño gráfico de tiempo para intentar soluciones alternativas. Se le ha integrado para el análisis, simulación y evaluación para probar la efectividad del diseño gráfico y verificar si satisface las expectativas del rendimiento, lo que permite detectar y eliminar posibles fallas en el diseño sobre la pantalla y no en la producción o fabricación. La computadora es

un “instrumento” más, aunque sumamente sofisticado y eficaz. Se puede utilizar desde los primeros dibujos para el diseño gráfico o en cualquier etapa del mismo, inclusive en la impresión; por ejemplo. Es la herramienta y recurso donde se tiene la facilidad y el tiempo suficiente de probar una y otra vez los dibujos, logrando variantes con mucha rapidez y calidad. Se logran almacenar para posteriormente recuperarlos en el momento en que se necesiten para continuar trabajando, modificándolos de algún modo, determinándolos como “Documento Informático” que se puede crear, archivar, abrir e imprimir en cualquier momento; en muy diversos formatos, materiales y en cantidades necesarias. Se tiene la garantía de que el “boceto” y luego la “presentación” serán precisos, legibles, coordinados y fácil de corregir para su reproducción.

Los bocetos (dibujos) realizados en la computadora en comparación con los bocetos convencionales ocupan menos lugar para su creación y almacenamiento. Su revisión y documentación es más inmediata, diversa y estará más actualizada en cada momento. Esto ayudará a que el cliente se muestre más interesado con el resultado del proyecto de diseño gráfico. El boceto entonces es una conjunción de elementos gráficos, y comunicacionales: signos, símbolos, logotipos, textos, colores utilizados como lenguaje gráfico, entendidos a su vez como mensajes bimedia y comunicación visual.

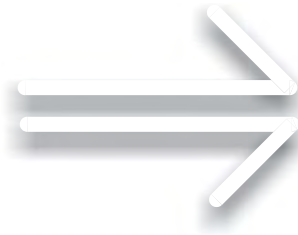


CAPÍTULO 3

C A T P L Ó EL DIBUJO SEMIÓTICO:



LENGUA ESCRITA Y COMUNICACIÓN VISUAL



3. EL DIBUJO SEMIÓTICO: LENGUAJE GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL



Figura 67 El dibujo, es considerado un sistema de signos no lingüístico, lingüísticos e icónicos, pueden tener sentido, significar por sus contextos en los que se leen, se interpretan y comprenden; como en un diseño gráfico. En este caso histórico.

51 A. Sebeok, Thomas. Signos: Una introducción a la semiótica. 1a. Ed. 1996. Barcelona España., p., 12

52 Floch, Jean-Marie. Semiótica, marketing y comunicación (bajo los signos, las estrategias). Ed. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 1993, p. 22

Es poco conocido que la ciencia de los signos; la “semiótica” surgió a partir de los intentos de los primeros médicos del mundo Occidental de comprender como funciona la interacción entre el cuerpo y la mente en dominios culturales específicos. Es el término comúnmente utilizado para referir el estudio de la capacidad innata de los seres humanos para producir y comprender signos de toda clase. La etimología del término se rastrea en la palabra griega sema (signo, marca) que es la raíz del término a fin semántica (el estudio del significado).⁵¹

Es la disciplina que se ocupa de estudiar las propiedades y constituciones, se conoce como “Semiótica general o teoría del signo” se les otorgan a Peirce y Saussure respectivamente.

Los signos cualquier marca, movimiento corporal, gesto, objeto, símbolo, letra, número, etc., utilizado para transmitir pensamientos, información, ordenes, dudas, invenciones, fantasías, etc. Son la base del pensamiento humano, del lenguaje y la comunicación. Que se muestran intangibles y tangibles representados por elementos gráficos, objetos, acciones frecuentemente.

La semiótica toma una posición clara; es la parte de la comunicación que permite una interdisciplinariedad real y eficaz, una articulación reflexiva; al compartir la preocupación por volver explícitos procedimientos y conceptos, entre varias disciplinas, cada una de las cuales posee su propia problemática, y por ello su propio objeto (Figura 67). La semiótica se define por el campo de investigación que le pertenece: todos los lenguajes, como el dibujo y las prácticas significantes, que son esencialmente prácticas sociales.⁵²

*“Para el hombre dibujar, se conoce como una actividad tan primaria, tan vital, como parte de sus necesidades más básicas. Acompaña su necesidad de comunicación desde las socializaciones humanas más tempranas”.*⁵³

Los seres humanos practican el dibujo como un acto cultural habitualmente, es una respuesta humana como esfuerzo para la comunicación e intercambio de conocimientos y emociones, generalmente; ya sea como escritura y/o trazos, formas, esgrafiados, signos, impresiones u objetos, etc. Se puede decir que constituye el ser social, y si se da a este fenómeno importancia primaria, es porque en él se asienta la convivencia con el mundo y el modo en que se ve y comprende. Se convierte en un mundo creado desde el punto de vista del observador. Al tener la posibilidad de dibujarlo y simbolizar sus percepciones, sensaciones, visiones para la convivencia y comunicación:

*“El dibujo es un lenguaje codificado y formalizado a lo largo de los años y nuestro modo de dibujar influye en nuestro modo de ver. La forma y la armonía no son unos absolutos intuitivos, sino el resultado de los métodos de dibujos sistemáticos”.*⁵⁴

La facultad del dibujo como lenguajes lingüístico e icónico habitualmente consiste en producir signos en diferentes condiciones, ámbitos y contextos; antes que de modo simple y práctico se conviertan en recursos del ser humano; no es arbitrario, quizá pareciera espontáneo, pero por medio de reglas hace posible el conocimiento, el pensamiento, la emoción, la expresión y aplicación para la comunicación visual.

De esta forma, el ser humano es capaz de utilizar el dibujo

53 Fuentes, Rodolfo. La práctica del diseño (una metodología creativa). Paidós., Barcelona España., P. 96

54 Pipes Alan. Dibujo para diseñadores (técnicas, bocetos, de conceptos, sistemas informáticos, ilustración, medios, presentaciones, diseño por ordenador). 1er. Ed. 2008. Blume, Barcelona España, 2008, p. 36

para expresar gráficamente sus ideas y convivir. De ahí surge la necesidad de estudiar las técnicas de “representación” del lenguaje visual que conduzca a resultados deseados. El dibujo como lenguaje visual tiene un vocabulario simple que consta de elementos básicos e invariables que ya se han mencionado. Que son la manera más común de entender el dibujo como representación de signos icónicos. Para Morris:

*“Los signos icónicos son aquellos que poseen una o algunas de las propiedades [intangibles y tangibles] del objeto representado. Estas propiedades se aprenden a leer y dicha acción determina diferentes niveles de comprensión [por lo tanto, de comunicación]”.*⁵⁵ Pero si la comprensión de lo visual se sustenta en lo convenido histórica y socialmente variable, se tiene que plantear la existencia de códigos en los mensajes icónicos. Los códigos aparecen como conjunto de reglas convencionales que pertenecen a una comunidad o cultura particular:

*“El dibujo es un código, y para comunicarnos con él es necesario conocer sus reglas, es de origen convencional y sus signos tienen valores respecto a la comunidad lingüística que sustenta esa convención... El código además se actualiza y se renueva constantemente, aunque sus unidades sean contables, se pueden sin embargo, producir con él un número infinito de enunciados, siguiendo las reglas del código sus posibilidades de combinación no terminan”.*⁵⁶

55 Morris, p. 15

56 Tapia, Alejandro. De la Retórica a la Imagen. Universidad Autónoma Metropolitana. División de Ciencias y Artes para el Diseño. Ed. 1990/91., p. 29

El dibujo es considerado un sistema de signos no lingüístico, lingüísticos e icónicos esencialmente de modo independiente y conjuntamente que hace que puedan tener sentido, significar y tomen su valor en y por sus contextos en los que se leen, se

interpretan y comprenden; como en un diseño gráfico; desde el momento en que el producto, el servicio o el comportamiento se abordan como algo significativo y de interés y beneficio para otros.

El dibujo como sistema de signos y relaciones diversas, entre intangibles y tangibles que se puede desarrollar en áreas o profesiones en especial en las existentes para comunicarse con los distintos públicos. Posee el atributo de promover un diálogo entre él y el espectador. A través de una combinación de lenguajes y todos los aspectos, funciones y aplicaciones explicadas en los capítulos anteriores se pueden suministrar según el nivel de comunicación. Que coinciden en ser variedad de modos de comunicación visual (Figura 68).

En este sentido, es entendido como una serie de etapas de comunicación lingüística y visual principalmente. La comunicación se convierte en parte inherente e integral del proceso de diseño gráfico y viceversa. Su uso depende de los métodos de comunicación en el diseño gráfico donde antes se tenía la idea de que lo visual y lo gráfico eran el ámbito principal. Ahora es preciso sumar y tener en cuenta todos los métodos de comunicación lingüística y visual primordialmente para su eficaz desarrollo. Complementado y apoyado por otros lenguajes, como el cromático, los soportes, los canales, etc.

El dibujo como lenguaje visual y gráfico amplía las posibilidades, tanto de transmitir ideas como de comprender otras; lo preciso, es su función comunicativa en el sentido más amplio y la construcción de objetos y medios visuales que se basen en las convenciones que las distintas culturas tengan situados, tanto geográfica, social e históricamente, entre otras. En este sentido la creación y aplicación del dibujo esta generado por el

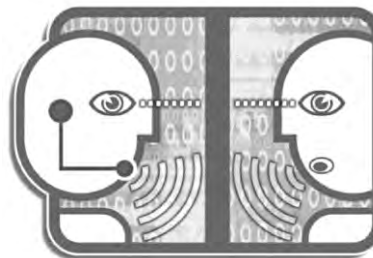


Figura 68. El uso del dibujo depende de los métodos de comunicación en el diseño gráfico donde antes se tenía la idea de que lo visual y lo gráfico eran el ámbito principal. Ahora es preciso sumar y tener en cuenta todos los métodos de comunicación lingüística y visual primordialmente para su eficaz desarrollo.

MN
BC }
LKJHGF
POIW
1 | 37

9' }

Figura 69. (Abajo), La construcción de objetos y medios visuales se basan en las convenciones que las distintas culturas tengan situaciones, tanto geográfica, social e históricamente, entre otras. La creación y aplicación del dibujo está generado por el reconocimiento, comprensión y coherencia en una comunidad o cultura.



57 A. Sebeok, Thomas. Signos: Una introducción a la semiótica.. 1a. Ed. 1996. Barcelona, España., p., 13

58 Idem. 15

reconocimiento, comprensión y coherencia en una comunidad o cultura. (Figura 69). Por otro lado, el dibujo de diseño y comunicación visual establece códigos que sólo los diseñadores gráficos o la comunidad relacionada comprende con mayor precisión en su enseñanza y aprendizaje para su preparación profesional. El diseñador gráfico es un individuo al que se le enseña y capacita no sólo a leer el lenguaje visual, sino además a crearlo, renovarlo, inducirlo y aplicarlo en la comunicación visual (de masas). Es por esto, que tiene la capacidad y responsabilidad de dirigirse a su público con este lenguaje y poder influirlo, persuadirlo.

*“En efecto, el trabajo sobre semiosis lo ha hecho posible más que nunca al relacionar el mundo de la experiencia corporal con el mundo de la abstracción y el pensamiento al haber demostrado que este último es una forma de expresión evolutiva del primero”.*⁵⁷

“La comunicación humana debe ser entendida en su totalidad como un proceso verbal y no verbal”.⁵⁸ En esta ocasión considerando el dibujo y sus posibilidades icónicas o de abstracción, lingüísticas y no verbales como medio de representación que ayuda a una mayor comprensión y mejores resultados en la comunicación visual.

En forma gradual el diseñador gráfico ha podido comunicarse por medio del dibujo tradicional y tecnológico y lo ha hecho a través de los tres lenguajes mencionados habitualmente:

No verbal. Inicia como imágenes mentales o pensamiento del individuo y este se puede proyectar a través de gestos, vocalizaciones, ademanes y movimientos corporales específicos

comprendidos por los demás individuos del grupo o sociedad. Se ven como representaciones de acciones naturales que son plasmados de modo organizado, reflexionado e intencionado como niveles de comunicación visual por medio del dibujo.

El lenguaje no verbal esta incluido en el dibujo y viceversa) aunque se dice que padece de estructura delimitada, pues su naturaleza es intuitiva y general. Es el tipo de lenguaje que en muchas ocasiones se ignora o no se identifica de modo relevante. Sin embargo, se puede decir, que es la forma más primitiva de comunicación en el ser humano. Y confirmar que de este lenguaje no verbal, se originan otros tipos muy importantes, como el lingüístico (fonético y escrito), icónico (dibujo e imagen) y cromático (color); por ejemplo. Cuando se le conjuga con dichos lenguajes adquiere un carácter relevante en la comunicación visual. Estos usan muchos elementos de carácter no verbal para componer y transmitir mensajes bimedia. Es en estos lenguajes donde se puede comprender el uso o aplicación del dibujo como materiales, técnicas de representación y expresión, uso de color, soportes y canales, etc. El dibujo se convierte en lenguaje no verbal eficaz. Lo importante de esta consideración es aprender a identificar y aplicar los elementos no verbales de manera consciente, constante en el diseño y comunicación visual para comprender su importancia, virtud y lograr objetivos precisos de diversa índole comunicacional.

Para tratar este tema es necesario mencionar al Dr. Mark Knapp conocido por sus investigaciones en el área de la comunicación no verbal.

Aunque la conducta no verbal se manifiesta casi siempre, de manera inconsciente y espontánea, en el proceso de comunicación visual, se ha convertido en complemento indisoluble, eficaz e intencionado. Ya que a partir del



Figuras 70. El dibujo es lenguaje no verbal eficaz. Lo importante de esta consideración es aprender a identificar y aplicar los elementos no verbales de manera consciente, constante en el diseño y comunicación visual para lograr objetivos precisos de diversa índole comunicacional.



conocimiento y regulación de las conductas no verbales, aplicadas al dibujo y este como diseño gráfico se puede construir mensajes bimedia coherentes y concretos.

Para entender con mayor claridad como el dibujo utiliza el lenguaje no verbal. Existe una clasificación por Dr. Mark Knapp, en este caso resumida de la siguiente manera. (Figuras 70).

Movimiento corporal o Cinésica. Comprende los gestos, movimientos corporales de extremidades, expresiones faciales y de los ojos, posturas del cuerpo.

Estos se ven reflejados intencionalmente en el dibujo de diseño y comunicación visual, en los elementos gráficos: formas, figuras, tipografía, imagen, personajes o modelos. En estos últimos, por ejemplo sus posturas corporales, sus gestos pueden determinar el contenido del mensaje visual y comunicarlo sin necesidad de usar texto, no en una lectura lingüística. Otro ejemplo; en el texto en su postura itálica se puede entender un movimiento corporal como clave del mensaje o comunicación.

Características físicas. Son las formas del cuerpo, alto, bajo, delgado, gordo; el atractivo general, el género, el sexo, grupo étnico, el cultural, la edad, etc. Son reflejadas en los elementos gráficos literal y/o metafóricamente. Por ejemplo; en la tipografía entre mayúsculas (altos), minúsculas (chaparritos), Bold o negritas (gorditos, fuertes, corpulento, etc.), regular o normal, delgadas, etc.

Conducta táctil. Se relaciona con el comportamiento entre los individuos y su contacto, las caricias, el saludo, el abrazo, los golpes, guiar movimientos de otros, etc. En la tipografía se observa en la caligrafía y sus enlaces entre letras; por ejemplo. En el logotipo, en los dibujos e

imágenes son más obvias, pero intencionadas; no serán en absoluto casuales en ninguno de los ejemplos citados.

Para-lenguaje. Hace referencia a como se dice algo, es la variación del habla para identificar otros fenómenos o sucesos entre individuos. Cualidades del control de la voz como: La intensidad, el ritmo, la articulación, la resonancia, el manejo labial de la voz. Por ejemplo, el estilo bold o negrita mostrará una intensidad en una palabra, oración, etc., (un grito; por ejemplo). Su tamaño es otro modo de aplicar estas referencias del para-lenguaje, alguna palabra puede verse aumentando en perspectiva o disminuyendo, bajando la voz, etc.

Vocalizaciones. La risa, el llanto, el bostezo, estornudo, suspiros y las segregaciones vocales como: ha, hui, mmm, zzzz, etc. Movimientos u ondulaciones, variaciones de tamaño en una palabra, etc. En los títulos por ejemplo.

Proxémica. Es el estudio y percepción del espacio social y personal. El arquitectónico es un ejemplo; ya sea interior, exterior. Aprecia las relaciones en situaciones de gran densidad humana de acuerdo al genero, edad, roles, cultura, educación, etc. En este caso el dibujo o la imagen mostraran elementos relacionados: casa, dormitorio, patio, fiesta, jardín, etc.

Artefactos. Son objetos que interactúan como estímulos no verbales: la ropa, maquillaje, instrumentos que participan. Son elementos dibujados o como imágenes asociados al mensaje. Sin ellos pierde sentido.

Factores del entorno. Son seleccionados los elementos que caracterizan o condicionan el entorno como: intensidad de la luz, temperatura, ruidos, así, como la variación en su disposición, los materiales o consistencias, formas, etc. Pasa algo similar a los artefactos.⁵⁹

59 Knapp, Mark. La comunicación no verbal, el cuerpo y el entorno. Paidós comunicación, España, 1982. p.12



Figuras 71. (Arriba).
Ejemplos de elementos
tipográficos e icónicos
que reflejan el lenguaje no
verbal de modo sencillo y
concreto.

Baile

Visuales. En los que utiliza como punto de partida las “imágenes” en sus diferentes grados de iconicidad: (dibujos, grabados, ilustraciones, fotos, esquemas, gráficas, logotipos, marcas, nombres, señales, etc., elegidas cuidadosamente y acorde con lo que capta su sentido visual de manera estilizada, especializada, normalizada y

Lingüísticos. Aplicando los textos o tipografía en sus diversas posibilidades: semántica, gramática, semiótica, retórica, creativa y decorativa. Ya sean tradicionales o digitales.

Desde que el ser humano manifestó y desarrollo estas formas de lenguajes y a su vez de comunicación visual, han ido evolucionando y especializándose a través del tiempo, han sido codificados, formalizados, sistematizados de acuerdo a áreas específicas como es el caso del diseño y comunicación visual para brindar mayor rendimiento y se han concentrado en el dibujo como origen de su actividad visual y gráfica.(Figuras 71).

El dibujo es lenguaje visual y gráfico que esta en todas partes del mundo, pero no se entiende igual en todas ellas. Hay una sección de este lenguaje que se universaliza y otro que se especializa para dar solución particular a problemas diversos en las sociedades humanas, de una localidad, un estado, una región, un país, un continente, etc. Es lenguaje sin y con fronteras, ya que puede ser captado en sus acciones más elementales por personas de diferentes culturas, idiomas o nacionalidades. Es el vehículo más directo para informar de las cosas y actividades a grupos concretos de las sociedades. Por eso, en la era actual, en la que la comunicación entre los diferentes pueblos es esencial, el lenguaje del dibujo y la imagen ocupa un puesto de especial relevancia.

Se dice que no existe nada en las sociedades humanas que carezca de valor simbólico; casi o todo lo que se ve es algo y tiene significado, según las sociedades en que se de. El mundo cotidiano

no es un mundo tan sólo de objetos, sino de signos o símbolos de escritura e icónicos. Y estos símbolos poseen tres características de gran importancia en la práctica del dibujo como lenguaje:

Son *representativos*, se basan en el hecho de que algo ocupe el lugar de otra cosa. El dibujo ocupa el lugar de las ideas o las cosas; por ejemplo.

Los símbolos gráficos son *transmitidos* por tradición generalmente por el dibujo y la escritura de una cultura. Y en gran medida, la cultura no es otra cosa que el uso y transmisión de estos símbolos, asociados al lenguaje a los actos sociales.

Los símbolos como dibujos son *creaciones* libres, y no vienen impuestos por funciones biológicas características, sino por funciones y necesidades sociales.

Trabajar, usar o comunicarse con dibujos, textos o signos variados, es hacer actos semánticos, actos de significado y metafóricos.

Por tanto, se consigue considerar que el dibujo es semiótico porque se encuentra constituido por elementos significantes: gráficos y visuales simples y/o complejos, que de acuerdo con algunas normas se emplean para generar y transmitir datos e información referente a identidad, acciones, servicios, actitudes, relaciones, trámites que se ejecutan inmediata o paulatinamente dentro y fuera de un lugar y un tiempo (se manifiestan en un contexto o varios de ellos). El término dibujo semiótico pretende ser un tipo de bautismo en este trabajo como elemento característico, básico y único del dibujo de diseño y comunicación visual. El dibujo semiótico radica en darle sentido a lo representado gráficamente y materialmente de acuerdo a un contexto, tema, necesidad o problema social en particular; este es un nivel de uso del dibujo en el diseño y comunicación visual, lo que interesa es lograr una representación y objetivos concretos,

sustentados en lo convencional, la investigación y la experiencia. Pretender, que los dibujos (diseños gráficos) representen y signifiquen intencionalmente de manera específica y/o general; que la funcionalidad sea única y precisa; se habla de especialización estricta de la representación del entorno y de cómo interactúan los individuos, sus acciones, desempeño, conductas, etc. El dibujo se efectúa para ser utilizado en el diseño gráfico, con carácter de agrado, confianza, calidad y beneficio comúnmente.

Es importante tomar conciencia del lenguaje que usa el espectador, usuario o consumidor; ese que es cotidiano, con el que entra en contacto día con día, con el que se puede captar su atención. Porque a esto se adjudica que en el diseño y comunicación visual se recurra en todo momento al dibujo y su lenguaje conocido y usado por el receptor o público; para mostrar y ofrecerle algún objeto, un detalle o explicar aquello que es sólo una idea y que se convierte en una necesidad. El dibujo consiste en crear y aplicar un lenguaje visual que pueda influir y persuadir en un contexto específico y sobre un público igual; a través de mensajes determinados. Este dibujo tiene la característica de ser planeado, creado y aplicado apegado a las necesidades del receptor. Logrando sus propósitos en un diálogo, ofreciendo respuestas, soluciones simples, sencillas e inmediatas.

Sin duda alguna, el dibujo esta compuesto por signos que construyen *imágenes mentales* en el receptor mediante una articulación que se desarrolla en soportes particulares reales o virtuales. Las nuevas técnicas y tecnologías apoyan y permiten al dibujo adaptarse y desplegar un grado de iconicidad capaz de transformar y sintetizar la realidad o proponer un nivel detallado de la misma, desarrollar las percepciones y las emociones del individuo, en consecuencia nuevos comportamientos para la

socialización. De esta manera da la posibilidad de trazar y crear signos visuales, lingüísticos y cromáticos aptos que remitan con precisión a cosas, emociones, recuerdos, experiencias; reconocidos como dibujos especializados (bocetos, logotipo, pictogramas, original mecánico, señales, entre otros.) objetos o productos característicos del diseño y comunicación visual.

El dibujo es el “lenguaje” del diseño, el medio por el cual, el diseñador o comunicador gráfico transmite sus intenciones, información y conocimientos a otros, para ser valorados, concluidos, reproducidos y consumidos, incluyendo a aquellos que los llevarán a cabo (colegas, técnicos, impresores, publicistas, obreros, entre otros).

En el diseño y comunicación visual se utiliza el dibujo como planificación sistemática de los “signos o símbolos gráficos”; como “medio” de representación y presentación de ideas, objetos, sujetos, lugares, acciones; y logren que su aspecto manifieste un concepto, un estilo, una identidad, una individualidad concreta; por lo que ha cobrado gran importancia como sistema visual de comunicación, al permitir reproducirlos y difundirlos de manera especializada en diferentes sociedades o grupos de estas. Los dibujos creados son un conjunto de signos y, por lo tanto, representaciones que remiten a otra cosa, que refieren a algo diferente; pero también representar con exactitud lo que muestran. Al dibujo se le puede mirar como opciones de imágenes sensibles (materiales). Que al contacto con el ser humano se vuelven objetos y al igual que a las palabras, se les ha atribuido variadas cualidades hasta la capacidad de fungir como instrumentos infalibles del conocimiento y comunicación visual.

La finalidad de describir el “dibujo semiótico” esta en distinguirlo como dibujo especializado. Como un sistema de comunicación visual concreta, donde se sabe que el emisor y el

receptor utilizan un código común, para su comprensión total y única información. Se utiliza con dos objetivos claros: para la clasificación e identificación de los objetos, sujetos, lugares como productos, servicios, marcas e identidades. Se realiza de acuerdo a las áreas del diseño y comunicación visual, se aplica en la comprensión y ejecución de lo que se desea como respuesta del espectador. En este asunto, el lenguaje visual conduce al espectador a transformarse en consumidor y/o usuario; ya sea de forma comercial, política, ideológica, etc.; modifica su actitud para realizar acciones o dejar de hacerlas o hacerlas de manera especial. Se va especializando, va creando y a su vez generando reglas que regulan formas de conducta y definen nuevas formas de proceder. Este dibujo actúa de forma particular en las distintas opciones de comunicación visual (promocional, publicitaria y propagandística principalmente). Hay diferentes procesos y niveles de comunicación dependiendo de las intenciones y necesidades del emisor, de la forma de estructurar el mensaje, de la situación en que se realiza, de los intereses del receptor, entre otros.

Sin lenguaje gráfico, no hay comunicación visual; es la clave dominante y decisiva de ese amplio territorio de la palabra (escritura) y el dibujo que en el diseño gráfico actúan para generar mensajes bimedia. Para comprender que la comunicación visual es una interacción social por mensajes bimedia principalmente y auxiliado de otros elementos.

La comunicación humana es posible que sea entendida en su totalidad como un proceso no verbal, verbal y visual. El concepto de comunicación en muchos de los casos esta referida en la idea y acción que sólo se produce verbalmente o por la escritura (lingüística) entre individuos y personal. Y se puede observar en las diversas opciones del concepto, por ejemplo. “Por

comunicación entendemos el acto de relación entre dos o más sujetos [personas de un mismo grupo o nivel], mediante el cual se puede evocar en común un significado”.⁶⁰

En el caso de la “comunicación visual” es el proceso de compartir el significado en la interacción de objetos visuales y personas; por lo tanto, incluye: contextos, participantes objetos y/o sujetos (emisor (es)/receptor(es)), código (s), mensaje(s) simbólico (s) o sucesos, canal (es), presencia o ausencia de ruido y retroalimentación.

El proceso general de comunicación puede ser adaptado o explicado lógicamente al dibujo y a la vez al diseño gráfico y comunicación visual, al tratarse de formas específicas de comunicación. En este caso considerada impresa el esquema más elemental es:

Fuente o Emisor. Es el elemento donde emana la información, los datos o contenido que se envía; donde nace como mensaje bimedia básicamente.

Código. Al mostrarse como un conjunto de reglas diversas de cada sistema de signos que lo integran: icónico, tipográfico, cromático, sintáctico, redacción, ortográfico, semiótico, retorico, etc. Que actúan sinérgicamente para que el receptor (público) de acuerdo a sus características pueda captar y comprender de modo fácil.

Mensaje. Contenido de la información por medio de lenguajes: iconos, dibujos, ilustraciones, fotos, esquemas, tipografía, color, soportes, etc., como conjunto de ideas, conceptos, conocimientos, diversión, anhelos, gustos, aspiraciones, a su vez, mostrados como necesidades del receptor.

Canal. El dibujo es el medio por el cual se transmite la



Figura 72. El dibujo como elemento del proceso de comunicación visual (funcionando como caricatura. En este caso, considerada impresa. Por ejemplo. A través del Periódico Nuestra Voz.

60 McQuail D. *Comunicacion. Logman, London, 1975 p. 20*

comunicación/información visual; a su vez se incluye en un soporte estableciendo una conexión entre el emisor (dibujo) y receptor (público). Es conocido también como soporte impreso, audiovisual, multimedia comúnmente. En este caso, es considerado en los medios impresos como; por ejemplo: volante, envase, cartel, revista, etiqueta, libro, señal, etc., por los cuales circula el mensaje (dibujo bimedia principalmente) en condiciones establecidas y previstas para su eficacia.

Contexto. Es el tiempo y el lugar presentado como dibujos, ilustraciones, fotos, que muestran estos elementos; en los que generalmente se realizan el mensaje o acto comunicativo.

Ruido o interferencia. Puede encontrarse en el contenido, en cualquier elemento que participe interna o externamente. Se observa como perturbación o alteración que sufre el mensaje bimedia en el proceso comunicativo; que lleva a confusiones o desinformación. Por ejemplo, fallas en la ortografía, mala redacción, elementos sin jerarquización, etc.

Todos estos elementos y en algunos casos otros, pueden sumarse o intercambiarse, a menudo son el punto de partida del proceso de la comunicación visual. El principal objetivo de utilizar el dibujo es porque ofrece la opción de elegir o determinar entre una serie de aspectos y procesos disponibles o mejor aun producirlos entendiendo los distintos métodos para lograrlo.

Es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales (bimedia) en un contexto o conjunto de estos. El o los contextos se encuentran dentro y fuera del medio utilizado para una comunicación eficaz. El concepto de contexto implica diferentes niveles de comunicación visual. Este debe de cubrir aspectos que dependerán de lo histórico, del entorno, el lugar donde se desarrolle, el aspecto físico de los individuos, etc., ya que

cada cultura tiene su propio entendimiento de las cosas y mensajes. Debe comprobarse su correcta aplicación de acuerdo al contexto ecológico y/o social. Propuestos por estudiosos como Raúl Ávila y Jorge Frascara principalmente. Son los siguientes desde una visión ampliada y conjuntada que ayudan a precisar el significado y por lo tanto, la comunicación visual (Figuras 73). Estos son dibujos, esquemas, ilustraciones, fotografías, textos, colores y soportes análogos o digitales como *diseños gráficos* que muestran, se refieren o contienen lo:



Figura 73. El concepto de contexto implica diferentes niveles de comunicación visual. Este debe de cubrir aspectos que dependerán de lo histórico, del entorno, el lugar donde se desarrolle, el aspecto físico de los individuos, etc., ya que cada cultura tiene su propio entendimiento de las cosas y mensajes.

Geográfico o ecológico. El lugar o espacio en el que se desarrolla la comunicación visual: entre objetos y personas y entre personas. Es cualquier lugar interior o exterior: parque, bosque, lago, oficina, hospital, calle, etc. Incluye las condiciones ambientales: temperatura, iluminación, nivel de ruido, la distancia, tránsito, entre otros; que pueden ayudar o afectar la comunicación visual, en su comprensión y ámbito específico.



Social. Se refiere a la condición en que vive inmerso el individuo en su vida cotidiana y su comportamiento. Es el grupo social o étnico al que pertenece y sus características del mismo, aspecto físico, hábitos, creencias, etc. Es la naturaleza de las relaciones que existen entre los interlocutores o participantes (entre objetos de comunicación visual y personas); influye en los mensajes y como se forman, se comparten y entienden. Si la



comunicación se lleva a cabo entre miembros de la familia, amigos, conocidos o extraños.

Histórico. Incluye los antecedentes que proporcionan los episodios de la comunicación previos entre los participantes que influyen en el entendimiento del encuentro actual. Aquellas circunstancias que rodean los sucesos históricos por medio de dibujos, ilustraciones, esquemas, fotografías y textos o los pensamientos de la gente como palabras, en el momento de presentarse ciertos hechos en determinada sociedad, de tal manera que influyeron para darse así, en sus individuos. Tomar en cuenta un suceso pasado es importante pues permite el presente y el futuro para que la gente los vea en una perspectiva adecuada (en otro momento histórico y bajo otro contexto, cuando los valores de la sociedad cambiaron), para emitir un juicio menos limitado y que posea veracidad o al menos no se deformen, minimicen los hechos o magnifique su valor en el tiempo sin merecerlo.

Psicológico. Tiene que ver con las condiciones emocionales o de ánimo de los participantes en los mensajes y en la percepción o captación de los individuos expuestos a estos: pasión, alegría, humor, tristeza, etc. En el momento de la interacción o conversación o lectura de algún texto puede influir decididamente en buen resultado. Se dice que el contexto psicológico crea o no terreno favorable para la emisión o demanda de los mensajes.

Cultural. Es la fuente donde surge la cultura al aportar el significado común de las cosas cotidianas, estableciendo lo que se valora y con ello las normas de convivencia, Lo que se debe y no se debe de hacer o como comportarse, cada lugar de convivencia tiene una identidad cultural que no es igual a ningún otra, aunque pueda haber similitud entre ellas. Incluye las creencias,

costumbres, lengua, valores y normas que se comparten entre un gran grupo de personas de una misma cultura o país.

Físico. Son el tipo de soportes, canales y tecnología que intervienen en estas acciones de emisión de mensajes visuales o bimedia: cartel, volante, espectacular, envase, etc., estos son breves en virtud de su duración. En el contexto físico se utilizan dos tipos de mensajes: los signos lingüísticos (palabras y enunciados) y los icono-lingüísticos como los símbolos o íconos (logotipo) que representan al objeto referido y se aplican en los siguientes como: los impresos y otras superficies, etc.

La comunicación visual depende de este conjunto de contextos porque no es casual, esta inducida y especializada por áreas o profesiones del ser humano, en este caso, se habla de las profesiones del dibujo e imagen que esta guiada hacia la construcción de identidad, sistemas señaléticos de orientación, entre otros. La comunicación visual ha propiciado tipos de conocimientos y conductas específicas como la identificación, preferencia y promoción de marcas, objetos, productos y servicios reconocidos como *dibujos exclusivos*. Pero además, la comunicación visual ahora, es y será acto primordial para existir en prosperidad que pueda alcanzar a las multitudes. Para ello, el individuo utiliza desde sus orígenes el dibujo, que desempeña papel importante en la dinámica de las sociedades, tanto que es un sistema de “comunicación visual”.

El dibujo de diseño y comunicación visual crea, suministra, manipula los signos y los símbolos sobre superficies u objetos, su función es promover estos últimos. Objetos como soportes o canales de los primeros para su distribución masiva, lo que no se aprecia en otras profesiones. Dispone de dos fuentes básicas de significación una natural y otra social. Pero el tipo de dibujo que se

hace, con que se hace y para que se haga, dependen de las necesidades y convenciones al uso de una sociedad o grupo determinado de esta. En análisis de lo anterior el dibujo en la comunicación visual tiene varias funciones particulares como:

Ser el medio por el cual se exteriorizan y analizan pensamientos, visualizaciones para simplificar problemas o necesidades sociales y hacerlos inmediatamente comprensibles en la comunicación masiva.

Es medio de convencimiento que ofrece y vende ideas a clientes, consumidores y usuarios a través de la comunicación visual o dibujo bimedia.

Método para comunicar visualmente información para la orientación en diferentes fases y medios de modo completo e inequívoco.

Medio que representa una empresa como dibujo especial, único, legal y de propiedad.

Puede ser a través de los “medios impresos”, bidimensionales o tridimensionales; por ejemplo, como área de interés y característica de la comunicación visual; a su vez pueden incluirse en otros, como audiovisuales y multimedia, como canales para ampliar y asegurar el contacto con su público; donde se reflejan las conductas y comportamientos humanos en sus relaciones sociales.

Los “medios masivos” son los vehículos indispensables, a través de ellos la comunicación visual se sustenta con mayor alcance y fuerza, al dar a conocer los satisfactores de las necesidades, naturales y creadas por el desarrollo económico. Su selección determina la comunicación visual, que se lleva a cabo por medio del dibujo entre objetos de diseño gráfico: logotipos, carteles, volantes, portadas, etc., y personas de ciertas

características. Es por los “medios” seleccionados que se promociona, publicitan y difunden los distintos aspectos que atañen a un grupo de individuos o sociedad, como: valores éticos, costumbres, ideologías e incluso la religión, que rigen las conductas de dicha sociedad, traducidas en dibujos e imágenes particulares que lo muestran sistemáticamente como contexto(s) mensajes visuales.

3.1. EL DIBUJO DE MARCA

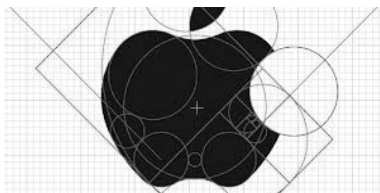
Es un sinónimo al término que utiliza Joan Costa, “Imagen de Marca”, sirve de identificación clave del dibujo en esta área. Es el dibujo especializado que se ejecuta comúnmente y se aplica para la identidad de marca. Es el origen con el que se entiende el uso del diseño y comunicación visual de modo profesional; además de reconocer que no hay otra área competitiva que se incumba y se especialice para crear un dibujo de empresa o institución. En este sentido comúnmente se emplea el dibujo, muy rara vez otro tipo de “imagen” más sofisticada. Desempeña un papel fundamental en el desarrollo del programa de identidad, puesto que crea el enfoque unificado para las comunicaciones externas e internas de la empresa, institución o grupo.

La marca puede ser trazo o dibujo sobre una superficie que significa propiedad. Es realizado planeada e intencionalmente para esta función de modo constante. La marca significa al implicarla en un ámbito, un contexto social y natural. “Marcar no es solo estampar, sellar un signo sobre un producto. Es también un acto de bautismo”.⁶¹

Ya que cuando se crea una empresa, institución o grupo lo



61 Costa Joan. La imagen de marca (Un fenómeno social). Ed. Paidós Ibérica, S.A. de C.V., España, 2004, p. 25



primero que se requiere es existir y desarrollarse, que tenga nombre, que sea registrado en propiedad, que sea legal, tenga representación gráfica, visual y materialmente. Que se vea como conjunto de símbolos tratados de modo especial y particular, que no permite ser usado por dos individuos o grupo de propietarios en una misma aplicación legal, comercial e institucional; pues genera la idea de verdad y autenticidad para otro grupo de personas interesadas en sus productos o servicios; el “público”.

Nuestra Voz

Año 1 No. 9 Nuevo Periodismo Independiente para Chiapas local Agosto del 2003

Figura 74. (Izquierda y arriba). La marca o nombre de la empresa, es un elemento de designación verbal visto como una escritura (tipografía) en un modo especial, formal, normalizada, exclusiva, registrada y legal llamado "Logotipo". Es un dibujo particular, caracterizado por la forma en que se escribe, con el cual se designa y se individualiza una empresa, una institución o un grupo y es aplicado en la promoción y comunicación visual, generalmente.

La marca o nombre de la empresa, es un elemento de designación verbal (visto como una escritura o tipografía) en un modo especial, formal, normalizada, exclusiva, registrada y legal llamado “Logotipo” (Figura 74). El dibujo de marca es un dibujo particular, caracterizado por la forma en que se escribe, con el cual se designa y se individualiza una empresa, una institución o un grupo y es aplicado en la promoción y comunicación visual, generalmente. Un nombre dibujado y diseñado, bajo parámetros, estudios e investigaciones previas, para que este influya de manera directa sobre la memoria e interés del espectador, usuario o consumidor. Resulta de la información recabada de todo tipo referente a la empresa o institución; a través de alguna metodología, con la intención de que sirva de partida y brinde los elementos necesarios que serán representados por el mismo. Esa información permite elegir elementos que se traducirán en dibujo y contarán con características que describan la marca (empresa) y le brinden identidad e individualidad. Elementos seleccionados por contar con características específicas de lo que es la empresa o institución como: las tipografías, los colores, grafismos, entre otros, que en su

interacción, en conjunto componen el aspecto global de identidad. Un conjunto e interacción de signos verbales y visuales, es decir, el lenguaje “bimedia”, por el cual las empresas se sustentan al poderse memorizar de a cuerdo a situaciones comerciales o de otros ámbitos como los culturales, salud, educación, política, etc.; que pasa de lo intangible a lo tangible y viceversa; necesita mostrarse estratégica y sistemáticamente, estar presente para el espectador, usuario o consumidor sobre soportes y canales diversos y particulares como los impresos; por ejemplo. Así, el signo verbal, escrito e icónico son la materia sensible y evidente de la marca o lo que se entiende por esta.

El logotipo es un dibujo que entre su público puede ser una especie de credencial de identidad, de hábitos y preferencias, de coincidencias, gustos en lugares, actividades y comportamientos, quizá por generaciones. En este sentido, el dibujo de diseño y comunicación visual se ha empleado para fortalecer el nivel abstracto y profundo de la identidad preparándose para un nuevo tipo de alcance. Este esta asociado a un(os) propietario(s) (individuo o grupo) y a través del mismo se identifica(n) con un doble carácter; comercial por una parte e institucional por otra, pero ambas conocidas como imagen de identidad respectivamente. En este sentido, el dibujo de marca es una serie de signos consolidados intencionalmente que interactúa en un mercado como mensaje bimedia, imagen, objeto, producto o servicio. Y por supuesto toma posición respecto a la preferencia de su público (usuarios y consumidores). Lo hace por medio de una representación mental o material de la empresa o institución de manera intencional que tienen la capacidad de condicionar y determinar, incluso, las actitudes de su público en relación con esta empresa y sus productos y/o servicios. Debe reunir cualidades que serán los beneficios; vitalidad, fuerza, facilidad, compañía,

estatus social, orientación, etc. Es un dibujo preciso, claramente definido y reproducible.

Es a su vez, un símbolo o una serie de estos que manifiestan distinción, pero algunas veces comparación, que es la parte negativa de su creación, ya que se sustenta en adquirir personalidad de fácil retención para la cual comienzan siendo un mero distintivo que sólo señala a la empresa, servicio u objeto para luego progresivamente abordar un campo más amplio. Es la marca la que genera y sustenta la existencia de todo lenguaje publicitario y promocional como diseño gráfico. No es posible dar promoción a aquello que no puede nombrarse o verse de modo particular, exclusivo y especial. El dibujo de marca es la aproximación a la génesis de la imagen de empresa o institución, etc., de modo profesional. Como lo menciona Joan Costa:

“Es un sistema de la identidad visual corporativa, al ser esta un sistema de signos visuales o gráficos que tienen el objetivo de hacer presente de modo intencional, distinguir y facilita el reconocimiento, la memorización y recordación a una empresa, institución u organización de las demás. Su misión es diferenciar a través de asociar signos gráficos seleccionados de un proceso de análisis e investigación previa”.⁶²

En esta aplicación el dibujo aprovecha su constitución sinérgica (conjunta) que aumenta su eficacia de los signos lingüísticos, los icónicos y los cromáticos, entre otros, que van desarrollando un estilo visual y de reconocimiento; contenidos en soportes como parte integral de su presencia e influencia en el usuario o consumidor. El dibujo de marca, crea una imagen mental y material e intenta proporcionar y reflejar el mayor número de detalles concernientes al objeto, producto, servicio, empresa,

62 Costa, Joan. Identidad corporativa. Ed. G.G., México D.F.,

institución, etc. En su uso se concede importancia a todos los componentes de la persuasión. Por delimitar ambientes, clases sociales, muestra sus hábitos y comportamientos para influir eficazmente. Se muestra como estereotipos. Por lo tanto, se convierte en reflejo de una realidad y en utopía (reflejo en razón de cierta verosimilitud). Dicha “imagen mental” facilita las comparaciones para comprobar aceptación por parte del espectador, usuario o consumidor. Es a través de la eficacia emocional; se amplía, fomentando la atención y la motivación. El dibujo de marca muchas veces es un conjunto de signos que encuentra similitud con sus productos, servicios, acciones; para hacerlos visibles, presentes, permanentes, perceptibles y memorizables. Puede pasar a varios aspectos como: pintura, grabado, collage, fotográfico como medio de presentación y reproducción constante y novedosa en diversas condiciones (diseño gráfico). Pero, para ser efectivo, no sólo debe verse; sino recordarse y distribuirse para consumirse sistemática, constante y masivamente. Toda entidad mantiene dos tipos de contacto para desarrollar y ampliar su identidad, a partir de los cuales *comunica* a sus interlocutores los contenidos particulares de su imagen de marca (dibujo en la parte técnica de creación, imagen en el nivel conceptual en la comunicación visual). Un tipo de contacto se produce cuando el público utiliza los productos o servicios de la identidad y experimenta determinado grado de satisfacción generalmente vinculado a la calidad. El segundo contacto, es el que la organización establece a través de sus comunicaciones visuales y verbales (publicidad, promociones, envases, publicaciones, cartel, membretado, trato con las personas, acciones sociales, etc.). Gracias a ello el público conoce, incluso sin ser cliente el perfil y estilo del emisor (empresa). El dibujo de marca tiene nivel pictográfico, pero distinta aplicación al de la

señalética, aunque puede formar parte importante de está. A diferencia del dibujo de marca, el dibujo pictográfico explica lo siguiente.

3.2. EL DIBUJO PICTOGRÁFICO

Antiguamente el ser humano, motivado por sus necesidades más elementales, procuro referenciar su entorno, sus espacios, sus propiedades, etc.; por medio de “marcas o señales”. Así, comenzó de forma intuitiva y habitual la señalización en respuesta a necesidades de propiedad, ubicación y orientación, lo hizo por medio de objetos y marcas (dibujos como rastros y trazos) que dejaba a su paso, en sus recorridos intencionalmente; tratando de que perduraran en el entorno para orientación y ubicación de otros individuos.

A medida que estos hábitos se transformaron en disciplina fue avanzando en el tiempo, comenzó a surgir un lenguaje simbólico especial, por medio del dibujo auxiliado con otros elementos que deberán ser captados de modo instantáneo por todos los individuos de un grupo o localidad de manera inequívoca. De esta forma comenzaron las primeras tentativas de normalizar los rastros (señales) para una comunicación visual especial. Que debería ser general, sistemática e inmediata y en lo posible “universal”. Pero en la actualidad ha tenido que particularizarse por contar con necesidades individuales. Surge el dibujo pictográfico como opción de *diseño* de señales (pictogramas) como campo concreto de diseño gráfico en el que se detiene a planificar, desarrollar, construir e instalar los pictogramas como un sistema señalético para guiar al individuo de un lugar (real o virtual) a otro sin confusiones, dudas o embrollos; que tendrán características peculiares en cada

proyecto o sistema señalético en el diseño y comunicación visual. Una noción importante del dibujo pictográfico es que va más allá de lo gráfico alcanza lo material (como objetos en el espacio) y virtual (espacio no físico) pero posible.

El *pictograma* es uno de los elementos gráficos, visuales y/o materiales típicos de esta área y se refiere a los dibujos especializados, formalizados y normalizados creados como signos gráficos (señales) que mantienen usualmente relación directa visual análoga o simbólica; sin importar que el objeto representado sea una fracción o parte referente (Figura 75).

El dibujo “pictográfico” es empleado en representaciones de copia donde se transforma, manifiesta, conforma, se crea o inventa de manera especial en los sistemas de señales gráficas, entre otras, que sirven de guía para regular acciones y actitudes del individuo para orientarlo como comunicación visual. En una composición bimedia (imagen y texto) principalmente y auxiliado por otros elementos gráficos y materiales, con el fin de que los lugares, los objetos, las acciones y los conceptos sean fáciles de encontrar, reconocer, aprender, recordar y relacionarlos en muchas ocasiones con los lugares en que se realiza el recorrido como: una empresa, una institución, una plaza comercial, un parque, una carretera, etc. Es el uso o aplicación de dibujos exclusivo que facilitan la identificación, orientación, recuerdo de señales y controles comúnmente en el entorno, aunque también se les encuentra en objetos.

El dibujo pictográfico también se encarga de crear, modificar, proveer y manipular signos que describen el uso, cuidado, conservación de productos y servicios usualmente. Es entendido



Figura 75. (Arriba). El *pictograma* es uno de los elementos gráficos típicos de esta área y se refiere a los dibujos especializados, formalizados y normalizados creados como signos gráficos (señales) que mantienen usualmente relación directa visual análoga o simbólica; sin importar que el objeto representado sea una fracción o parte referente.



Figuras 76. (Arriba y abajo). Lo importante, es que este dibujo sea fácilmente reconocido y asociado a ideas que comuniquen un significado concreto, y den solución de uso, ubicación y orientación como necesidad del individuo o grupo.



como símbolos gráficos para ser aplicados en embalajes durante su manejo, transporte y almacenamiento de modo normalizado y oficial en muchos casos.

Lo importante, es que este dibujo sea fácilmente reconocido y asociado a ideas que comuniquen un significado concreto y den solución de uso, ubicación y orientación como necesidad del individuo o grupo. (Figura 76).

El uso del dibujo pictográfico o señal para transmitir instrucciones es práctico en documentos como manuales, folletos e instructivos. El dibujo en este caso funciona de modo fácil si la audiencia a la que se dirige es de bajo nivel de alfabetización o internacional.

El dibujo utiliza las diversas técnicas de representación que son todas aquellas que admiten diversos aspectos como: natural, figurativo, abstracción, geométrico; este último, de los más aplicados. A la vez como: negativo, positivo, línea, doble línea, línea/sólido, etc. Para entenderlo como un pictograma. Es aconsejable definir concretamente los elementos gráficos que integrarán el pictograma, para que sea legible, reconocido y comprendido. No debe exagerar en abstracción; si su representación es parcial debe ser identificado de inmediato, su colorido comúnmente corresponde a la acción o instrucción determinada; no aplicar efectos visuales sin un objetivo específico. El pictograma comprende la aplicación simultánea de los grados de iconicidad que puede generar el dibujo para una comprensión clara y precisa. La iconicidad actúa sobre el dibujo en diferentes niveles como un todo: el dibujo, el texto, el color, las formas, los materiales, etc.

Los pictogramas son generalmente dibujos geométricos o siluetas que no permiten dudas en los significados emitidos al tener el carácter de mono-sémicos (que tienen un sólo significado

y comprendido por todos los individuos del grupo de igual manera); se refieren a cualquier punto del entorno ecológico o social. La intención es lograr que el usuario en la mayoría de los casos, los asimile sin importar su idioma, costumbres y cultura. Los dibujos pictográficos o señales influyen en el comportamiento del individuo; ya que determinan acciones o situaciones concretas y fuera de su voluntad; como señal de advertencia o de prohibición, porque las convenciones indican métodos comunes de entender e interactuar y resultan útiles para dar consistencia y facilitar el uso de los sistemas de señales visuales; se basan en tradiciones y prácticas adquiridas en el entorno natural y/o artificial. Los pictogramas resultan útiles para identificar, orientar, explicar y alertar, entre otras, mediante representaciones visuales, auditivas y táctiles (las tres simultáneamente si el mensaje es vital).

Los dibujos pictográficos, son utilizados en la creación de señales, esquemas o el logotipo de alguna empresa, como una alternativa al texto, para ahorrar espacio (las señales de tráfico) o para llamar la atención sobre algún elemento dentro de un panel informativo o de control (Figuras 77). Existen tres tipos de dibujos pictográficos: similar o de ejemplo, simbólico y arbitrario.

Los pictogramas similares emplean: la acción, objeto o concepto en cuestión; ejemplifican o asocian. Son eficaces para representar acciones, objetos y conceptos sencillos cuando la complejidad aumenta. Simplifican el significado o lo especifican.

Los pictogramas simbólicos son dibujos que representan una acción, un concepto o un objeto a un nivel de abstracción superior. Resultan eficaces cuando las acciones, los objetos o los conceptos

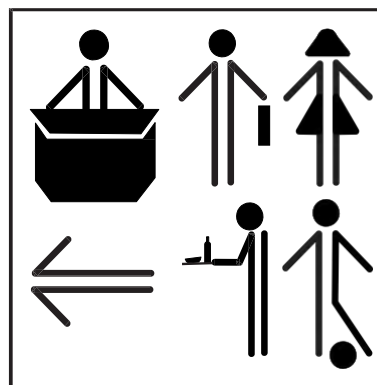


Figura 77 Elementos básicos del dibujo: puntos, líneas, planos, a su vez signos gráficos, pictogramas, señales, etc.

son muy establecidos y fácilmente identificables.

Los pictogramas arbitrarios son dibujos que representan poco o nada tienen que ver con la acción, el objeto o el concepto (es decir hay que descifrar la relación).⁶³

En general los pictogramas deben catalogarse y sistematizarse compartiendo motivos visuales comunes (estilo y color):

*“Los esquemas alcanzan hoy todos los ámbitos de la vida cotidiana, sean técnicos o no. Son esquemas, simplificaciones, abstracciones de la realidad, que nos permiten entenderla y memorizarla”.*⁶⁴

*“los esquemas no imitan el mundo real visible, con sus efectos y calidades, volúmenes, luces, sombras y texturas. Los esquemas hacen visibles cosas invisibles y por lo tanto no proceden por referencias visuales empíricas que estén fuera del esquema, sino por las articulaciones significantes de sus partes”.*⁶⁵

63 Lidwell, William, Holden Kritina, Butter Jill. Principios universales de diseño. 1a. Ed., BLUME, China 2005., p. 110

64 Costa, Joan. La Esquemática (visualizar la información). Ed. Paidós 1998. Barcelona, España, p., 26

65 Ibdem, p. 117.

66 Press Mike, Cooper, Rachel. El diseño como experiencia (El papel del diseño y los diseñadores del siglo XXI). Edit., G.G., Barcelona, 2007. p. 187

El pictograma es el dibujo característico de la señalética; normalizado, estilizado, particular o universal, utilizado para lograr su efectiva aplicación y reconocimiento por el público. Es una fusión muy particular entre lo tipográfico y lo icónico. Como dibujos bimedia creados o preparados principalmente para su difusión y consumo masivo.

“Algunos teóricos opinan que la distancia entre el texto y lo icónico esta desapareciendo. En su lugar veremos aparecer un nuevo vocabulario consistente en imágenes tipográficas e imágenes gráficas. La tipografía dinámica desplegará las cualidades

*expresivas del texto hasta un punto que puede sobrepasar el impacto de la imagen”.*⁶⁶

3.3. EL DIBUJO BIMEDIA

Es el dibujo como lenguaje visual y gráfico que se ha estimado, destinado y caracterizado como medio de producción de iconografía y tipografía principalmente de modo simultaneo y en conjunción o complementación con otros elementos importantes para que funcionen objetivamente; para permitir la especialización profesional por creación, copia, elección, combinación y reproducción; exaltando que esa iconografía y tipografía, sean vistos como dibujo especial (mensajes bimedia) o (diseño gráfico) intencionado, producido por petición o necesidad por medio de la compilación de información diversa que servirá esencialmente para la representación logotípica, pictográfica, promoción, transmisión y reproducción de marcas, empresas, instituciones, grupos o individuo primordialmente para la comunicación visual (*Figura 78*). Es un dibujo “creativo”, “decorativo” y especializado que sigue proponiendo cualidades particulares. Funciona dentro de cada uno de estos lenguajes tipográfico e icónico; por separado y en la colaboración entre ambos. Pero de lo que se trata, es de “comunicar visualmente”. A través del mensaje bimedia que en este trabajo se tiene que ver constituido por dibujos, símbolos, colores, fotos, ideas, transmitido por un emisor; a su vez, un diseño gráfico o medio de comunicación impresa; por ejemplo. El objetivo del mensaje bimedia esta estrechamente ligado a los fines de la entidad que ejecuta la comunicación, en este caso, lingüístico y visual:



Fig. 78. El dibujo bimedia. Es el dibujo como lenguaje visual y gráfico, se ha estimado, destinado y caracterizado como medio de producción de iconografía y tipografía principalmente de modo simultaneo y en conjunción o complementación con otros elementos importantes para que funcionen objetivamente.

*“Estas consideraciones no sólo quieren poner de relieve el hecho de que en un mensaje bimedia es tan importante la imagen como el texto y la compaginación que los relaciona. Quiere abogar por una integración de las disciplinas con el trabajo en equipo. Que contribuyan a la eficacia de la comunicación”.*⁶⁷

En la comunicación visual, hay mensajes visuales que sólo son formas, dibujos, ilustraciones, fotos, etc. La “imagen” en ese caso, no conviene limitarse a mostrar el producto, el personaje, la acción, el lugar; ha de intentar expresar las cualidades y características de estos de modo especial. Ser utilizadas como testimonios, pero por niveles y aspectos; imitadores de estilos de vida, de acciones, emociones, conocimientos, de comportamientos fidedignos, inolvidables, creíbles; ser las aspiraciones del usuario o consumidor; quien las acepta o rechaza por experiencias propias y ajenas, con las que estará de acuerdo o no. Para que prefiera, adquiera o compre aquello que el receptor (usuario o consumidor) ve como “imagen”, que le da la posibilidad de tocar, lo que no se tiene, pero se podrá tener. Se puede compartir o presenciar muy cerca escenas íntimas de familia, pareja, amigos, pero esto, tiene sentido si se integra con algún objeto o servicio de consumo e ideologías.

En el mensaje bimedia; el dibujo presenta un producto nuevo o conocido. Si es nuevo lo introduce al mercado y lo da a conocer. Para que el público se cerciore de su aparición y su nombramiento verbal y visualmente. Aun después de pasar esta fase de notoriedad, el producto o servicio necesita seguir en la memoria y en la voz del receptor (usuario o consumidor). Si es conocido lo mantendrá en presencia constante como diseño gráfico a través de los medios y por áreas correspondientes.

67 Joan Costa. Diseñar para los ojos. 1ª. Edición, Grupo Editorial Design, La Paz Bolivia, 2003., p. 36

Este actúa simbólicamente para decir que clase de productos o servicios se están ofreciendo, su categoría, su atmosfera, así, como los hechos más específicos y objetivos referentes al tipo y precio de los mismos. En el caso del dibujo cuando aparece a todo color en toda una página es apreciado como superación y prosperidad de la empresa correspondiente; por ejemplo. El dibujo bimedia en la comunicación visual es eficaz al exigir diversos requisitos como los anteriores y producirse a varios niveles. Las proporciones recíprocas del dibujo y el texto; son valoradas por las cualidades y características de los productos, servicios e ideología:

*“El mensaje bimedia... No son sino el ejercicio creativo y expresivo de las relaciones, las interacciones y los contrastes entre ambos lenguajes fundamentales... Toda comunicación mediática es un formidable flujo de imágenes y textos en sus infinitas variedades y combinaciones”.*⁶⁸

Por otro lado, el texto tiene una presencia especial, tiene cualidades de aplicación como la publicitaria. En algunas ocasiones; cuya lectura parece importante tiende a elevar la categoría, más culta, de elite, de conocimientos diversos, etc., en la comunicación visual:

*“La escritura publicitaria manifiesta una particularidad semiológica que la distingue de otras escrituras. Frecuentemente se presenta como un sistema gráfico heterogéneo que junto a los caracteres alfabéticos convencionales incorpora otros que resultan de la transformación de estos mismos caracteres modificados en función del significado de la palabra”.*⁶⁹

68 Ibid. p. 37

69 Block Behar, Lisa. El lenguaje de la publicidad. 1ª. Ed. 1976. Edit. Siglo XX Editores. México, Argentina, España. 1993. p. 195



Figura 79. Las letras se pueden ver como palabras o dibujos; en ocasiones cumplen una doble función a través de reglas o códigos que cada una de sus posibilidades le brinda. Pueden ayudar a que se entienda el mensaje más fácilmente, proporcionando una serie de posibles significados.

Las letras se ven como palabras o dibujos; en ocasiones cumple una doble función a través de reglas o códigos que cada una de sus posibilidades le brinda. Son utilizadas de diversas maneras para comunicar visual o (audiovisualmente), ayudan a que se entienda el mensaje o proporcionar una serie de posibles significados (Figura 79). En este elemento es conveniente cuidar su legibilidad que puede depender del tipo o familia, de las cualidades de la letra como: forma, tamaño, estilo, mayúsculas, minúsculas, etc. Cuidar que en lo posible los textos sean cortos, estén bien escritos o cumplan con la ortografía precisa. No olvidar que su utilización y redacción estará determinada por el nivel cultural del receptor (público). Es posible aplicar un nivel retorizado o metafórico, como el que se usa día a día. Las palabras pueden significar

literalmente o tener palabras que las sustituyan o sinónimas; y quizá ser metafóricas, representar lo representado. Según se tomen esos signos, por lo que refieren literalmente o por lo que designan de modo figurado, ambos toman sentido lógico si se ajustan a la comunicación.

Las letras, las palabras o tipografías. Toman una existencia visual, que si bien remite a lo semántico, a lo lingüístico, también dan acceso al concepto por otra vía; ya sea figurativa, paralela o superpuesta a lo verbal. La figura (dibujo) se articula en palabra y la palabra se resume en figura. Cuando la representación llega a la comprensión se resuelve a través de una captación visiblemente doble. Las dos vías trazan trayectorias convergentes “el concepto”, la comprensión y la aceptación del mismo.

El diseño gráfico irá adquiriendo su lenguaje a partir de la incorporación del dibujo bimedia como elementos de orden discursivo o disciplina que se propone comunicar públicamente.

No debe sorprender que los mecanismos retóricos aparezcan.

La retórica y los efectos visuales del dibujo son explicables gracias a la transfiguración semántica. Se debe a que el universo de las significaciones no es cerrado o limitado; ya que permiten que las relaciones entre los signos y los significados sean variables:

*“Pero en tanto, código la convención sigue siendo un factor primario y por ello, no es posible que cualquier construcción que transgreda las leyes del sentido directo pueda considerarse figurado...Lo que si es posible, sin embargo, que lo figurado no tenga limites comprendiendo sus formas de funcionamiento para generar nuevas metáforas”.*⁷⁰

El objetivo del diseño y comunicación visual no es comunicar dibujos, sino comunicar por intermedio de estos, el mensaje de que ellos son mensajeros. Es la vía por la cual, en conjunto con otros elementos se transmite un contenido de interés del receptor, usuario o consumidor. Sería un error, creer que basta representar (dibujar) para significar, que basta figurar para apelar al sentido y menos aún para comunicar visualmente.

El mensaje bimedia es el elemento más importante en el diseño y comunicación visual; se puede inducir que esta compuesto por elementos no verbales, verbales y visuales apreciados como dibujo o diseño gráfico. Que será distribuido masivamente por cumplir características de fácil interacción con su público. Por ello, el diseñador gráfico debe estar seguro de atender las preferencias de sus receptores mediante dibujos y tipografía que evoquen una respuesta de acuerdo al producto o servicio, en el caso de complementar con otros elementos o símbolos, estos últimos tienen que guardar una estrecha relación con los primeros. Ya que el mensaje bimedia orienta el

70 De la retórica a la imagen. Tapia Alejandro. Universidad Autónoma Metropolitana. División Ciencias y Artes para el Diseño. Ed. 1990/91 p. 36

comportamiento hacia una meta u objetivo o lo que se llaman necesidades, apetencias o deseos, unos naturales y otros aprendidos por parte del consumidor o usuario.

El mensaje visual (dibujo bimedia) más efectivo o persuasivo es directo, sencillo al componerse de un mínimo de elementos e idea principal. Normalmente tendrá una estructura, orden o disposición que permita su lectura y comprensión de los elementos o signos participantes de cualquier índole, en su combinación ya sean iguales o diferentes; la interacción entre estos genera signos complejos y concretos y sus opciones; esto responde al objetivo y/o necesidad de expresión en su aspecto material de representación como y con que se va decir. Se determina su coherencia de la combinación o interacción de los signos para su entendimiento y comprensión por algunas reglas conocidas por sus interlocutores. La transmisión de los mensajes bimedia en un canal o medio físico o virtual específico y necesario para lograr la comunicación visual masiva. Un tipo de comunicación unidireccional e impersonal, restringida al ámbito de comprensión y reacción inmediata o paulatina. Se centra en el destinatario intentando conmoverlo, crea un ambiente, evocan sentimientos o suscitan inquietudes y todo ello referido a algo que influye en el receptor de modo emocional y/o racional comúnmente.

El mensaje bimedia se vale así, de sintaxis o coordinación propia. No se trata de lograr dibujos y tipografías estéticas, sino además aquellas que mejor expresen la esencia del producto o servicio. Ello no se opone a que resulten más placentera a la vista del consumidor y casi siempre en la promoción comercial más consumida. En el entorno social el mensaje bimedia se ha convertido en el paisaje dominante. Un mensaje bimedia conviene que sea redundante en su propia estructura representacional

para que posea mayor poder de comunicación visual directa con su público; ya que resulta más veraz y sin duda en muchos casos más atractivo. Debe ser un elemento que llame la “atención”, sin recurrir a la exageración o agresividad. Hay que recordar que la forma en que se anuncia esta ligada a la idea de agrado o rechazo que formará el público del producto, servicio o ideología. Es necesario que sea sutil, gentil y delicado, para que el público sienta la atención; que se entiende globalmente como “contenido”. Por lo tanto, es recomendable:

No utilizar dibujos, palabras, textos, objetos, ideas, o ruidos desconocidos ya que confundirán. No basta expresar simplemente ideas, es necesario que sean coherentes, convincentes, tener credibilidad y apego a lo que el público conoce.

Llamar y retener la atención del público en forma grata y jerarquizada. Recuérdese que se pretende entablar una comunicación visual.

Procurar estimular varios sentidos a la vez, recurriendo a la asociación y al recuerdo con el dibujo y tipografía. No despertar temor, desconfianza o mentir, siempre lo contrario, frases breves y sugerentes.

Cuidar la lógica del contexto (entorno), hay que mostrar con el dibujo un ambiente generalmente de lo que es su “naturaleza”.

Repetir el estímulo con cierta graduación.

Es necesario satisfacer puntos importantes como: que es, cuando aparece, para que es, etc.

Debe contener en el dibujo elementos que evoquen las características y cualidades del producto, por ejemplo, su consistencia, su sabor, su calidad, su durabilidad, sus beneficios, etc.

Para que la comunicación visual sea eficaz; tiene que usar el

lenguaje bimedia, que al público le agrade, le interese y sugerir soluciones, bienestar, amabilidad y confianza en su vida. El mensaje bimedia pueda capturarse y registrarse con mayor precisión en la mente del público si es importante y agradable. Para asegurar que una comunicación visual se concrete hace falta contar con la atención y disposición del usuario o consumidor:

*“La atracción de la atención sobre la base de la calidad estética de un diseño [gráfico] debe relacionarse con el contenido del mensaje y con el contexto estético del público... La elección del enfoque estético adecuado tanto en relación con el mensaje como con el público receptor, tiene una importancia decisiva en la efectividad del mensaje dada su relación con la reacción emotiva del público”.*⁷¹

Por lo tanto, puede elaborarse tomando en cuenta el lenguaje que el público usa, el comportamiento manifiesto y la comunicación no verbal que expresa. El público tiende a ver y a oír la comunicación visual que promete ayudarlo a cumplir o satisfacer sus necesidades inmediatas: vestido, alimentación, calzado, trabajo, vivienda, salud, etc.; inversamente tiende hacer caso omiso de las comunicaciones que le parecen molestas, inverosímiles o inaceptables, por no encajar con sus aspiraciones, anhelos y disposiciones:

71 Frascara, Jorge. Diseño gráfico y comunicación. 1ª. Ed. 1988. Infinito, Buenos Aires, 2000. p. 68

72 Boyd Jr. Harper, Sidney J. Levy. Promoción (sus elementos y comportamientos). Herrero Hermanos Sucesores S.A., México, 1ª. Ed. 1971., p. 38

*“Un público. Es cualquier grupo de personas a las que puede vérselas como teniendo alguna característica más o menos comunes de interés para el comerciante o empresa o prestador de servicios a los que quiere dirigirse para alcanzar una finalidad de comercialización”.*⁷²

La elaboración del mensaje bimedia se encuentra en las frases y otros dichos populares, refranes, material especialmente conveniente para alcanzar sus propósitos. Aunque parezca paradójico; dada la popularidad, que los caracteriza, las expresiones más difundidas, las más arraigadas; administradas con iniciativa, se prestan para producir esa respuesta advertida que persigue toda acción de comunicación visual.

El dibujo bimedia es un todo compuesto por partes llamado *anuncio*: ilustración, tipografía, color, soportes, canales masivos: Ilustración. Es un importante componente que puede mostrar diversos aspectos como: dibujo, fotos, caricaturas, etc. en algunos casos es todo el mensaje (área gráfica), en otros es un apoyo a la información. Texto. Contiene el mensaje "hablado y/o escrito". Dice con palabras lo esencial del mensaje y se construye con: El título, la argumentación y el pie. Argumentación. Contiene la información precisa que se quiere hacer llegar al espectador acerca del objeto, producto o servicio. Con un aspecto (estilo) congruente a las características del objeto, producto o servicio. Debe ser redactada con cuidado de no provocar faltas de ortografía y preferentemente con pocas palabras, siguiendo las reglas del lenguaje escrito: breve y preciso. Pie. Contiene los datos de la empresa: razón social, dirección, teléfonos, apartado postal, correo electrónico, teléfono celular, fax. Logotipo. Es el dibujo, que muestra o contiene el nombre o las siglas de la empresa y denota la índole de sus actividades o el ramo industrial a que pertenece. Colores. Unos elementos que se integran a los demás para provocar una representación fiel, figurada o de fantasía, para estimular sensaciones o reforzar las que ya se han dado.⁷³ (Figura 80). Es un elemento imprescindible



Figuras 80. Identificación del dibujo como estructura en un anuncio y a su vez de elementos que contiene o debe contener esa configuración.

- 1 Ilustración
- 2 Texto
- 3 Argumentación
- 4 Pie
- 5 Logotipo
- 6 Colores

73 Beltrán y Cruces Raúl E. Redacción Publicitaria. Técnicas para aprender a crear anuncios publicitarios. 1ª Ed. 2001. Edit. Trillas, México, D.F., 2001. P.30

del mensaje bimedia:

“Un mensaje que atrae la atención, que comunica sin contradicciones, y que retiene la atención sobre la base de placer durante una sostenida extensión de tiempo, obviamente será más recordado que los menos atractivos, más incoherentes y más pasajeros.

*Pero el objetivo de un mensaje no es sólo el de ser recordado por el público. Lo más importante es verificar si, además de recordarlo, el público ha desarrollado las conductas perseguidas por los objetivos del mensaje”.*⁷⁴

El mensaje bimedia debe tener modos diferentes en su transmisión, así, como canales que se eligen para que cumpla con su percepción, aceptación y objetivos. Los medios elegidos para la transmisión de los mensajes, pueden ser de respuesta inmediata o paulatina. Se eligen, en base a estudios para determinar su aplicación en cierto horario, territorio, grupo social, capacidad económica, etc.

Se mostrará simple o detallado y a su vez, percibido como anuncio. Se designa anuncio a aquellos mensajes cuya finalidad es dar cuenta de un producto, servicio, sus beneficios y usos; en algunos países de habla hispana también se suele llamar “comercial”, del interés de amplio o pequeño número de personas:

“Anunciar se entiende como hacer pública una cosa, objeto, persona, acción o actividad. Revela lo que estaba secreto o desconocido a través de la intención y medios para hacerlo para que sea del conocimiento de un público o masa. Un anuncio publicitario es un mensaje verbal, escrito e ilustrado, cuyo propósito es dar a

74 Frascara, Jorge. Diseño gráfico y comunicación. 1ª. Ed. 1988. Infinito, Buenos Aires, 2000. p. 72

*conocer un producto o servicio comercial o industrial para convencer al prospecto a que lo adquiera o lo contrate”.*⁷⁵

Los anuncios que ostentan una finalidad comercial son muy utilizados en el diseño gráfico y la publicidad, precisamente para darle una mayor concurrencia a un determinado producto o servicio que puede ser nuevo o bien, tener años en el mercado, pero que justamente por esta situación de presencia y de seguir manteniendo su lugar en el mercado, de tanto en tanto, es protagonista de un anuncio que lo reinventa para hacerlo cada vez más imprescindible y que no pierda fuerza ante la competencia que le vaya apareciendo. Para ello, la preparación del mensaje bimedia se hace pensando en el público al que esta destinado. En esto caerá la efectividad y coherencia, de lo contrario el público lo vera como algo complejo, ya sea en su contenido o lenguaje y probablemente pasará ignorado, fracasará.

El mensaje bimedia o anuncio (si se consideran las características que Raúl Beltrán aplica a este) se difunde de distintas maneras, y en este trabajo interesa la opción del medio impreso tradicional y/o digital. Para informar, motivar, promover, persuadir a un público a consumir el mensaje bimedia, (información, producto, personaje, servicio o empresa).

El anuncio contiene los elementos de la marca gráfica. Considerando que toda marca puede estar diseñada, con carácter duradero, estable, equilibrado y compatible propio del discurso institucional estratégico, general y de largo plazo. El dibujo en este caso confiere determinada personalidad a los objetos a través de la denominada identidad de marca (dibujo de marca) y a las empresas con la construcción de la imagen corporativa. Al fomentar una propuesta mediante la incitación al consumo inmediato. Formula nuevas necesidades en su público para que,

75 Beltrán y Cruces Raúl E. Redacción Publicitaria. Técnicas para aprender a crear anuncios publicitarios. 1ª Ed. 2001. Edit. Trillas, México, D.F., 2001. p. 13

una vez asimiladas se piensan que serán solucionadas a través de la adquisición y uso del producto o servicio. Además intenta establecer una precisa relación entre el consumidor y el producto, de modo que el mensaje (dibujo) se vea simbólicamente unido mediante una construcción escénica en la que el usuario y el producto son la misma cosa.

Por otro lado, hay algunos anuncios que no tienen finalidad comercial, sino un objetivo altruista; por ejemplo, informar y enseñar respecto de cuestiones que contribuirán al mejoramiento del bien público. Entre estos se puede citar aquellas campañas dedicadas a crear conciencia vial, de salud, de democracia, etc. Y finalmente, también se utiliza el término anuncio, cuando alguien pone en aviso a otros, que puede afectar a amplio número de personas.

En el caso que los objetivos del anuncio sean comunicar un evento o promocionar algún producto o servicio, se deberán tener en cuenta cuestiones trascendentales como: el tipo de tránsito que frecuenta la zona en cuestión, el entorno de la zona en la cual se emplazará; si hay centros comerciales o competencia directa, más los soportes que se usarán, que también resultan determinantes.

El anuncio y sus diferentes aspectos en el diseño y comunicación visual. Son en este caso, medios impresos de comunicación masiva: carteles, periódicos, revistas, envases, etc., en los cuales la mayoría de anuncios se sustentan dado el significativo alcance que ostentan. Formas de comunicación transmitidas en opciones de medios impresos bidimensionales y tridimensionales generalmente.

3.4. EL DIBUJO DE PRODUCCIÓN IMPRESA

Es una etapa primordial en el proceso de comunicación visual que no existe en otras áreas o profesiones similares. Ocupa un lugar especial, ya que es el eslabón indispensable entre el diseño y comunicación visual con la imprenta y el diseño editorial tradicional o digital, donde normalmente se obtendrá materialmente como ejemplar, para su distribución y consumo, paulatino o inmediato. Por ello, de la buena preparación técnica depende la calidad gráfica y la eficiencia del medio y el mensaje visual diseñado.

Los dibujos de producción impresa no son algo que surge de repente o espontáneamente, se aprecian como el proceso y resultado del proyecto de diseño gráfico identificados como: “*original mecánico*” y “*arte final*” habitualmente; estos muestran la composición global y definitiva; ya sea bidimensional y/o tridimensional, la disposición de sus componentes, la forma en que han de unirse y como funcionan. Se lleva a cabo una serie de pasos para preparar el diseño gráfico como *medio impreso (dibujo de reproducción impresa)* en algunas de sus posibilidades: línea, medios tonos o tonos continuos, a uno, dos o más tintas, en separación o selección, sobre el tipo de soporte elegido, aplicación de los acabados, del método de impresión seleccionado individual o mixto, entre otros (Figura 81). Pueden tener una preparación individual o múltiple con instrucciones inequívocas. Auxiliados con tecnología que facilita su obtención con calidad y rapidez en los diversos sistemas que se conocen: serigrafía, offset, huecografía, flexografía, impresión digital, gran formato, etc. Tiene el objetivo de convertir el diseño gráfico en un



Figura 81. (Abajo). Se lleva a cabo una serie de pasos para preparar el diseño gráfico como medio impreso en: línea, medios tonos o tonos continuos, a uno, dos o más tintas, en separación o selección, sobre el tipo de soporte elegido, los acabados, el método de impresión seleccionado individual o mixto, entre otros.





Figuras 82. Los dibujos de producción impresa no son algo que surge de repente. Se aprecian como: original mecánico y arte final. Auxiliados con tecnología diversos sistemas que se conocen: serigrafía, offset, huecografía, flexografía, impresión digital, gran formato, etc.



trabajo acabado para cumplir con la comunicación visual como medio impreso.

Los impresos son los soportes donde se encuentra integrado el dibujo desde su forma hasta su mensaje visual (bimedia). Si se imagina desglosado en capaz, se puede ver existe en sus diversas posibilidades unas simples, otras más complejas y sofisticadas como: puntos, líneas, planos, después; formas, figuras, fotos, colores, tipografías, reglas, soportes, etc., que representan objetos, lugares, personas, acciones, situaciones, entre otras; a su vez marcas, logotipos, empresas, instituciones.

Cuando llega a esta etapa tiene que haberse solucionado todos los posibles problemas, incluyendo los propios de la impresión. Se tiene la intención de reproducirlos masivamente utilizando los procesos tradicionales y digitales de impresión de manera individual o conjunta para cubrir esos problemas o necesidades sociales planteadas.

Es el diseño gráfico; listo para la fotomecánica, la filmación o la máquina de impresión seleccionada (Figuras 82). Algunos años atrás; sin el original mecánico o arte final no habría reproducción ni comunicación visual masiva. Sin embargo, eso ha cambiado; ahora se puede prescindir del original mecánico como se entiende tradicionalmente. Actualmente se imprime directamente en casa, oficina, en algún lugar, de ser necesario o práctico mandar a distancia a las imprentas y/o despachos, editoriales. En sus aspectos más elementales tradicionales y digitales son las formas de ver y conocer al dibujo de producción impresa. Son los soportes gráficos donde se conjugan y expresan todos los conocimientos y experiencias, el lenguaje visual y técnico típico, adquiridos del diseño y comunicación visual; para que a través de éstos se realice la reproducción por impresión del mensaje visual para que este llegue a un número elevado de espectadores,

usuarios y consumidores para provocar la presencia del dibujo de empresa, producto, servicio, lugar o individuo. Realizados con la intención de que se puedan distribuir como anuncios (soportes elegidos) como parte integral del acto de comunicación visual masiva que es el carácter de reproducir el: cartel, portada, envase, señal, identidad corporativa, etc.; de acuerdo a cumplir una variedad de necesidades sociales y de comunicación.

Hace realidad la existencia material del proyecto (diseño gráfico); entre aspectos, características comunes y criterios: por separación, por selección y mixto. Una vez decidido lo anterior debe darse la aprobación del cliente con su firma en el “original” y sus datos para tener contacto inmediato para cualquier aclaración. Al igual que muchas de las decisiones respecto a los proyectos de diseño gráfico este depende en gran medida tanto de los objetivos como del presupuesto.

En la actualidad el original mecánico y arte final se generan en la computadora con algunos programas para ello, como los de base de datos, creación de dibujos vectoriales, de mapas de bits y retoque fotográfico, de autoedición y aparatos periféricos como escáner, cámaras digitales, discos, plotters, etc., de manera casi o totalmente automática y se llama “Archivo”. Cada vez con mayor facilidad, calidad y creatividad, cediendo tiempo para intentar soluciones alternativas. Los archivos (originales mecánicos) se pueden guardar o almacenar en la misma computadora en su disco duro o en algún otro soporte virtual y portátil: disco, usb, teléfono, ipod, etc. Para posteriormente recuperarlos en el momento que se necesiten, ya sea para continuar trabajando, modificarlos o revisarlos a través de una muestra visual e impresa. Además, ocupan menos espacio, su revisión y documentación es inmediata, diversa, con mayor calidad y estarán actualizados en cada momento.

Después del esfuerzo dedicado a elaborar un buen dibujo de producción impresa (original mecánico, arte final o archivo) hay que hacer lo necesario para que la calidad se mantenga hasta el momento de la presentación y entrega impresa al cliente o consumidor.

La estructura del dibujo de producción impresa de modo tradicional y digital se realiza con la utilización de una retícula y tienen que ver con la “preparación” para su reproducción en las opciones de separación y/o selección de color básicamente, ya que cada uno tiene características particulares. Cuenta con información concreta y específica como la siguiente:

Diagramación: Colocar líneas guías de color azul claro que permita una organización óptima y novedosa de los elementos gráficos. Para asegurar que no aparecerán en el negativo o película (fotolito). *Material o Soporte:* Se conoce de manera común: papel, cartulina, cartón, plásticos o acetatos especiales u otro material específico como el digital, memoria usb, disco duro, disco portátil, etc., denominado de “Montaje”. Donde se encuentra el diseño gráfico en su definición exacta.

Formato: Tiene que ver con el aspecto real, el tamaño o dimensiones, la forma ya sea geométrica; regular e irregular, especial, bi o tridimensional del diseño gráfico. Las marcas de formato en negro, en las esquinas y en ángulo recto son consideradas por el impresor como guías de refino. Estas marcas muestran el tamaño del corte, es decir el tamaño terminado del impreso una vez refinado.

Texto: Ya sea manuscrito, mecanografiado, transferible, impreso y definido como: primario (cabeza), secundario (cuerpo de texto), pie, etc. De manera clara y precisa, nombrar claramente la familia o grupo al que pertenece, su tamaño, justificado, etc.

Imagen: Puede mostrarse como: dibujo, ilustración,

caricatura, foto en blanco y negro, color o mixta mostrando claramente su posición, tamaño, forma, etc. En línea, medios tonos o tonos continuos.

Color: Muestras reales de su aplicación y cualidades que presenta; ya sea por separación o selección en primarios, secundarios, mixtos, análogos, complementarios, cálidos, fríos, aplicados en gamas, sólidos, gradados, texturas. Registros o marcas de color (en negro) se van a encontrar en cada uno de los originales o canales de impresión exactamente en el mismo lugar o posición. En caso de que alguno no registre la impresión se vera movida; es decir, sin registro, con cambios de tono, de mal aspecto y baja calidad.

Camisas: de protección, indicaciones o ambas. Son una cubierta o capa de papel traslucido u opaco que protege al original y además muestran lo que se conoce como Llamadas (instrucciones escritas al final de una línea trazada desde el punto de referencia) deben mostrarse preferentemente en azul claro para que la cámara fotomecánica no los registre. Estas instrucciones son los porcentajes de color en la imagen o sobre el texto, el tipo de tinta, la forma de las fotografías, etc.

Doble: Común, especial o novedoso. Las líneas o registros de doblez (en negro) se utilizan cuando el diseño lleva algún pliegue o doblez, es muy común en trípticos, catálogos, libros, empaques, etc. Se muestran con una breve línea punteada; y puede ser usada como guía por el impresor.

Cortes o suajes: comunes, especiales o novedosos. Registros de suaje o semi-corte (en negro) se van a usar cuando se necesite un perforado o corte, total o temporal indicando el espacio que se necesita, para después desprender voluntariamente y con facilidad o cuando se necesita doblar algún soporte como cartón grueso; por ejemplo.

Técnicas de impresión: tipografía, offset, serigrafía, rotograbado, mixta, etc. Se sabe de acuerdo a su preparación, ya que cada uno tiene características particulares.

La preparación de un dibujo de producción impresa puede ser individual; pero se tienen otras opciones que permiten un ahorro de trabajo y bajo costo como la formación múltiple en plantillas y planillas donde el uso continuo o repetitivo de la misma retícula en varios trabajos gráficos la convierte en una “plantilla”, que muestra dimensiones para la colocación de todos los elementos gráficos estandarizados: líneas, columnas, márgenes, corte, folios, etc., Este tipo de elemento y acción se utiliza en: revistas, periódicos o libros generalmente de medios de páginas múltiples. Esta labor se hace más simple, rápida y fácil con la plantilla; se recomienda su uso cuando los dibujos de producción impresa en algunas emisiones periódicas sean simples y requieran de rapidez.

Las “Planillas” son un tipo de formación especial en donde se repiten los diseños gráficos e información de manera que esto ayude a eliminar trabajo, facilite la obtención de un número elevado de ejemplares en un mínimo de tiraje.

La reproducción o impresión se utiliza como forma elemental de comunicación visual masiva. Donde se requiere de conocimiento de soportes y canales de comunicación, conocimiento de materiales y técnicas gráficas, formas características de productos impresos, observación de los comportamientos de los receptores, creatividad, originalidad de expresión gráfica, totalidad y coordinación de todos los elementos que participan en el proyecto gráfico, excelencia en acabados y presentación, cumplimiento de plazos de entrega, todo en conjunto. La eficacia.

El dibujo de marca es uno de los elementos que aparecerá de modo constante sobre todos los soportes o medios impresos, así,

como en la indumentaria, aparatos, transportes, etc. Y todo lo relacionado con los recursos de la empresa o institución; los dibujos de producción son portadores de la identidad de la misma, convirtiéndose en efectivos medios de comunicación visual.

El dibujo de producción impresa recorre un proceso de impresión y acabados entre todas las personas que directa e indirectamente participan en estas áreas particulares de la comunicación visual, es decir el cliente (empresa o institución), los colegas, el impresor, el encuadernador; por ejemplo. Cada uno de ellos interviene en el proyecto de modo importante. Se produce un intercambio de información constante que no se da en otras áreas y actividades; progresa o se caracteriza según el proyecto.

Es necesario identificar que la práctica del diseño gráfico y las técnicas de impresión están cambiando drásticamente; por eso, es importante conocer, experimentar y actualizar constantemente las técnicas y sistemas de impresión para lograr la reproducción de los dibujos de producción impresa de la forma más óptima y económica. La manera en que hoy se diseña, no volverá a ser la misma, con tecnología que cada vez es más sofisticada. Pero aunque esos cambios son paulatinos, es conveniente estar constantemente atentos a lo que pasa con la calidad.

Las tecnologías para el diseño gráfico, en muchos casos, han descargado muchas de las responsabilidades técnicas. Brindan medios cada vez mejores para llevar a cabo ciertas tareas, y los medios ya existentes se siguen usando para lo que resulten más adecuados. Esto no implica que el dibujo de producción impresa hecho en la computadora sea un diseño gráfico bien hecho. Lo fundamental es aprovechar los nuevos recursos para lograr mejores soluciones y productos de comunicación visual. Esta

herramienta es potente y compleja, para aprovecharla hace falta

modo constante sobre todos los soportes o medios impresos, así,



sentido común, criterio, conocimientos, habilidades, experiencia y dominar las técnicas para su manejo con relación a la creación y manipulación del dibujo. Lo valioso es, intentar crear algo que no se parezca a ningún otro dibujo de producción impresa (anuncio), identidad gráfica o campaña existente. Lo relevante será fomentar el dibujo de diseño y comunicación visual en lo sucesivo desde una visión de diseñador y comunicador visual para su adecuada y constante *promoción* que es la parte que determinará su objetivo final con precisión en la comunicación visual.

3.5. EL DIBUJO DE PROMOCIÓN

El dibujo como mensaje bimedia es el medio impreso o anuncio, que dará a saber y entender visualmente acciones, situaciones, vivencias, experiencias, diversiones con esos productos y/o servicios en una comunicación concreta.

Estos canales permean directa o indirectamente en sus públicos usuario o consumidores. A través de una gran cantidad de medios impresos y los mismos se multiplican más allá de esos medios. Invaden los espacios sociales como el hogar por medio de: periódicos, revistas, envases, etiquetas, etc. Cada medio tiene su peculiaridad y las razones para elegirlo. La cuestión es que se elige por las cualidades que se suman al contexto, aun público y por lo tanto, a los gustos y posibilidades de este último. Es fácil advertir una correlación entre el medio impreso determinado y el prestigio que este otorga al mensaje y a quien lo emite, ya sea la empresa o la institución. La elección de un canal para transmitir el mensaje (anuncio) es el factor importante para el funcionamiento de la comunicación visual.

Es preciso recapacitar que todo anuncio necesita de un medio para transmitir su mensaje a los prospectos (público cautivo).

Considérese que no todo dibujo de producción impresa es eficaz en cualquier medio. Debe cumplir con cualidades que lo adecuan a las circunstancias de tiempo y espacio del medio que lo hará llegar al público. Cada dibujo de producción impresa tendrá un espacio físico o virtual diferente en cada medio elegido y se utilizará un lenguaje especial. Cada uno de los medios potencializará y relacionará a otros medios como unidad en la comunicación visual. Lo hará de forma directa o indirecta, en fechas fijas y permanentes; puede ser diario, semanal, quincenal, mensual o quizá anual.

El medio impreso cualquiera que este sea, en general se convierte en el canal de “promoción” por donde circulan los mensajes bimedia comúnmente. A través de estos medios difusores la empresa, la institución o individuo se introduce al medio social para divulgar su “Imagen”, producto, servicio, información o ideología que como ya se explico en muchas ocasiones es un dibujo especial y único. La capacidad que tiene el dibujo para la promoción es crear un perfil favorable del dibujo de marca a la que lleve en muchas ocasiones a expandirse o a nuevas zonas del mercado (Figura 83). Por lo tanto, es esencial que la empresa tome la iniciativa de decirle al consumidor o usuario que es lo que tiene para venderle y debe de ilustrar y describir verbalmente como diseño gráfico del modo más favorable los atributos del producto o servicio que le darán un beneficio.

El dibujo de promoción es el resultado de todas las etapas de diseño y comunicación visual que se difunde como información completa, creativa y sistemática con su público. Tiene la característica de conducir los pasos de los prospectos (consumidores y usuarios) en busca del



Figuras 83. (Arriba, abajo y derecha). El dibujo de promoción es el resultado de todas las etapas de diseño y comunicación visual que se difunde como información completa, creativa y sistemática con su público.





ucto, servicio o satisfactor prometido. En consecuencia para que la promoción cumpla con su función de modo óptimo, es necesario que se le entienda como una actividad complementaria a la vez que de esfuerzo conjunto con otras disciplinas como la mercadotecnia y la publicidad.

Para ello, el dibujo de promoción necesita de canales o conductos de información o mensajes bimedia específicos para los públicos seleccionados. Estos son los medios de impresión bidimensionales y/o tridimensionales en masa que incluyen todas las posibilidades de difusión. Facilitan la venta en la comercialización, la promoción no crea de por sí la venta. Más bien hace que el consumidor o usuario en potencia se entere de lo que hay a su disposición, cual es su precio, donde puede encontrarlo y transmite ideas respecto a las cuales el vendedor (empresa) guarda la esperanza de que aumente sus ventas o la inclinación para provocar estas por medio de la promoción o la:

*“coordinación de todos los esfuerzos iniciados por el vendedor para establecer conductos de información y persuasión [medios impresos] que faciliten la venta de una mercancía o un servicio o la aceptación de una idea”.*⁷⁶

El dibujo de promoción tiene su importancia porque a través de él, el usuario o consumidor ha llegado a confiar cada vez más en la marca, productos y servicios principalmente, como expresión de valores percibidos con agrado, que comúnmente reflejarán las actitudes del grupo social al que el comprador pertenece o aspira pertenecer.

En estas condiciones la promoción va adquiriendo gran importancia como vehículo crítico para la información o

76 W. Boyd Jr. Harper, Sidney J. Levy. Promoción (sus elementos y comportamientos). Herrero Hermanos Sucesores S.A., México, 1ª. Ed. 1971., p. 28

comunicación visual con los usuarios o consumidores acerca de las propiedades de tipos y marcas alternativas de productos y de las satisfacciones que los mismos pueden proporcionar.

Inevitablemente, con el paso del tiempo; los productos tienden a la uniformización y es común que tengan poca diferenciación entre marcas, productos y servicios. Pero el dibujo de promoción trata o le da a algunas marcas la posibilidad de modificarse, de estar en competencia o escapar de ella a través de sus aspectos, mensajes o anuncios; por ejemplo.

Con el tiempo, el dibujo de promoción puede acelerar la demanda y la oferta o una mayor adquisición del producto o servicio; hace las veces de eslabón de comunicación visual entre las necesidades del consumidor o usuario y las capacidades de la empresa para la resolución de sus problemas. Sirve de agente vendedor y se concentra en las aspiraciones del consumidor o usuario. Para lograr una integración cada vez mayor entre el dibujo de promoción y el comprador a medida que el primero proyecta sus operaciones, más ligadas al consumidor para atender más eficazmente las deseos de este último.

Es posible apreciar que el dibujo de promoción en los últimos años, es un expositor de ideas de gran formato y es el medio ideal para mostrar mensajes bidimensionales y tridimensionales de modo innovador, principalmente en la calle y todo lo que esta incluye; fachados de edificios, parados de autobús, etc. El gran formato da la posibilidad de que el dibujo promocional, se vea como una maqueta gigante aplicada para diversos productos o empresas que aporten una gran variedad visual al producto y además lo convierta en algo espectacular.

El dibujo de promoción puede influir en el modo en que el



Figuras 84. El dibujo de promoción puede influir en el modo en que el público percibe determinados atributos del producto (incluyendo el precio). Es un punto de convergencia entre el diseño y comunicación visual, la publicidad y la mercadotecnia. Estos últimos son los pasos a seguir para concluir la eficacia de los mensajes visuales sustentados en el dibujo.



público percibe determinados atributos del producto (incluyendo el precio). Es un punto de convergencia entre el diseño y comunicación visual, la publicidad y la mercadotecnia. Estos últimos son los pasos a seguir para concluir la eficacia de los mensajes visuales sustentados en el dibujo. (Figura 84).

El dibujo de promoción es vital, puesto que los diversos compradores tienen que estar informados y prepararlos para una recepción complaciente, gustosa respecto a nuevos productos, servicios y sus atributos. Por otra parte, desempeña una labor importante en la formación y vigorización del dibujo de marca. Que se distribuye y consume para su retroalimentación y lograr los objetivos de comunicación visual ampliamente.

CONCLUSIONES

Dibujar es, antes que todo, una manera de saber observar, de contemplar. Para descubrir que todo cuanto nos rodea en el mundo material tiene una estructura, unos perfiles propios, una forma que es su expresión. Ayuda a percibir de un modo especial para desarrollar la memoria, la sensibilidad y la visualización entre otras; para crear ideas, pensamientos, modificarlos o renovarlos, para llegar a soluciones desde distintos ángulos u opciones que logren una “comunicación visual” efectiva. Considerarlo como un hecho de cognición en el individuo, con el que ha podido explicar sus vínculos con la “naturaleza” (medio ambiente) para lograr su desarrollo y civilización.

Es posible encontrar con el dibujo una conexión con la mayoría de las actitudes, acciones, y comportamientos del individuo; es la parte relevante para apreciarlo como un elemento valioso, como “recurso” de conocimiento y por lo tanto, de comunicación que es la intención central de estudiarlo desde áreas como el diseño y comunicación visual.

El dibujo es el proceso de representación gráfica de una idea, concepto, tema o contexto generalmente requiere de instrumentos y materiales que concedan representar con calidad, facilidad y llevarlo a cabo con libertad de trazo y rapidez. No es posible ignorar la importancia de los instrumentos, cada uno sirve a un propósito y situación. Es necesario aprender a reconocer y utilizarlos con una intención determinada. Los dibujos pueden tomar aspectos muy distintos de forma sencilla; al variar o combinar los instrumentos.

Considerar los aspectos y sus características como una diversidad de opciones y comprender que no se limita a un aspecto o estilo de representación, sino se ajusta a esa capacidad

de transformarse o adaptarse para dar respuesta a las exigencias del proyecto de diseño y comunicación visual a través de la combinación de dibujos, pinturas, grabados, collages, fotografías, tipografía, colores, elementos gráficos analógicos y digitales en general.

Visto de este modo es la base de un proceso de diseño y comunicación visual que inicia con lluvia de ideas como bocetos gráficos y lingüísticos, maquetas, técnicas y tecnología para llevarlos a cabo y lograrlos material o virtualmente.

El dibujo manifiesta un carácter semiótico al considerarse lenguaje visual, porque a través de él se transmiten mensajes bimedia por lo general; se sabe que elementos lo componen, a través de que vehículos se propaga y como establecer un procedimiento de análisis y aplicación como recurso para lograr el diseño y comunicación visual concreta.

Ayuda a transmitir significados de forma directa, como representaciones bimedia, ya sean realistas, abstractas o mixtas. Consiste en darle sentido a lo representado de acuerdo a un contexto o tema en particular, se puede decir, que en este nivel el uso del dibujo en el diseño y comunicación visual lo que interesa es lograr representaciones concretas, sustentadas en lo convencional y la experiencia. Que pueda representar y significar intencionalmente de manera específica y/o general. En el diseño y comunicación visual el dibujo semiótico pretende ofrecer al espectador una idea particular o general de los diversos medios disponibles para su información y comunicación, recurriendo a tipos de dibujos; para que resuelvan los problemas independientemente de sus aspectos (estilos).

“El dibujo de producción” es el punto de coincidencia de las

actividades anteriores, como resultado en todos los proyectos del diseño y comunicación visual. Es el proceso de preparación de las ideas de diseño gráfico para la imprenta.

La práctica del diseño gráfico y las técnicas de impresión siempre han estado conectadas, sin embargo, están cambiando drásticamente; por eso es importante conocer, experimentar y actualizar constantemente la información, las técnicas y sistemas de impresión para lograr la reproducción de los proyectos gráficos de manera óptima y económica.

Estar constantemente atentos a lo que pasa con la “calidad”. Se observa que los diseñadores gráficos se están acostumbrando a resultados fáciles, deficientes e inferiores al profesional.

Por ejemplo, las tecnologías para el diseño gráfico, en numerosos casos, han aligerado mucho las tareas gráficas. La tecnología va brindando medios cada vez mejores para llevar a cabo dibujos con suma calidad y rapidez. Esto no implica que un dibujo hecho en la computadora este bien hecho. Ahora se asume una “responsabilidad” como diseñador gráfico que en otros tiempos no existía. Lo fundamental es aprovechar los nuevos recursos para lograr mejores dibujos, diseños gráficos o productos visuales. Se tiene que intentar crear algo que no se parezca a ningún otro anuncio existente. Ese es el objetivo del diseño y comunicación visual.

El proceso y los resultados del dibujo tienen para los diseñadores gráficos aplicaciones especiales e ilimitadas como recurso de invención, como proceso de cognición continúa siendo de gran utilidad.

La lectura de esta obra pretende ser de interés y provecho para los estudiantes de diseño y comunicación visual.

BIBLIOGRAFÍA

Acha W., Juan
Teoría del Dibujo (su sociología y su Estética)
Ediciones Coyoacán (arte) México, D.F., 1999-2004

Beltran, Raúl
Publicidad en medios de impresión
Edit., Trillas, México 1994

Beltran y Cruces, Raúl E.
Redacción Publicitaria (Técnicas para aprender a crear anuncios publicitarios)
1ª. Ed. 2001. Edit., Trillas, México, Argentina, España, Colombia, Puerto Rico, Venezuela, 2001

Belluccia, Raúl
El Diseño Gráfico y su Enseñanza (Ilusiones y desengaños)
Edit. Paidós Estudios de Comunicación, Buenos Aires, Barcelona, México, 2007

Costa, Joan
Diseñar para los Ojos
1ª. Edición, Grupo Editorial Design, La Paz Bolivia, 2003

Costa, Joan
La Esquemática (visualizar la información).
Ed. Paidós 1998. Barcelona, España.

Costa, Joan
Imagen Global
Edit., Enciclopedia del Diseño, Barcelona, 1987

Costa, Joan y Moles, Abrham
Imagen Didáctica
Edit., Enciclopedia del Diseño, Barcelona, 1991

Chavés, Norberto, Bellucia Raúl
La Marca Corporativa (gestión y diseño de símbolos y logotipos)
1ª. Ed. 2003. Paidós, Buenos Aires, Barcelona, México, 2003

Dondis, D.A.
La Sintaxis de la Imagen
Edit., G.G., México, 1992

Kandisky, Vascilly
Punto y línea sobre el plano
2ª. Ed. Edit. Colofón, S.A., México, D.F., 2001

Fabris, S. y Germani, R.
Color (Proyecto y estética en las artes gráficas)
Edit., Don Bosco, Barcelona, 1993

Facundo Mossi, Alberto.
El Dibujo Enseñanza-Aprendizaje
Alfaguara, 2001

Fonseca Yereña María del Socorro, Herrera Zamudio María del
Carmen
Diseño de Campañas Persuasivas

Ed. Pearson Educación México, s.a. de c.v., 2002, México D.F.

Floch, Jean-Marie
Semiótica, marketing y comunicación (bajo los signos, las estrategias)
Ed. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 1993

Frascara, Jorge
Diseño de comunicación
1ª. Ed. Infinito, Buenos Aires, 2006

Frascara, Jorge
Diseño gráfico y comunicación
1ª. Ed. 1988. Infinito, Buenos Aires, 2000

Frutiger, Adrian. Signos, símbolos, marcas, señales (elementos, morfología, representación, significación). 1ª. Ed. Editorial G.G., Barcelona, España., 2007.

González Ochoa, Cesar
Apuntes Acerca de la Representación, Instituto de Investigaciones Filológicas
1ª edición. UNAM, México, 1997

González Ochoa, Cesar
El Significado del Diseño y la Construcción del Entorno
Edit. Designio, s.a. de c.v. 2007

Gómez Alonso, Rafael
Análisis de la Imagen (estética audiovisual)
Edit., Laberinto/comunicación, Madrid, España, 2001

Gómez Abrams, Jorge
Dibujos de presentación.
Edit., Tilde, UAM, Azcapotzalco, México, D.F., 2000

Gordon, Maggie / Dodd, Eugenie
Tipografía decorativa
Edit., G.G., Barcelona 1990-94

G. Péninou
Semiótica de la publicidad
Editorial G. Gili, Barcelona 1976

Hanks, Kurt, Beliston, Larry
Dibujo (la imagen como medio de comunicación)
Edit., Trillas, Méx. 1995

Judy, Martin
Aprender a bocetar (temas, técnicas, aplicaciones)
Edit., BLUME, 1994

Lawrence, Zeegen/Crush
Principios de Ilustración
Edit. G.G., Singapur, 2006

Loomis, Andrew
Dibujo tridimensional
Edical s.a. Buenos Aires, Argentina, 1994

Knapp, Mark
La comunicación no verbal, el cuerpo y el entorno
Paídos comunicación, España, 1982

Moles A., Abraham y Janiazewski, Luc
Grafismo funcional
Edit., CEAC, Barcelona, 1990

Moles A., Abraham
La Imagen
Edit. Trillas, México, 1991/1999

Pipes, Alan
Diseño Tridimensional (del boceto a la pantalla)
Edit., Gustavo Gilli. S.A. de C.V., Barcelona, 1989.

Pipes, Alan.
Dibujo para diseñadores (técnicas, bocetos, de conceptos, sistemas informáticos, ilustración, medios, presentaciones, diseño por ordenador)
1er. Ed. 2008. Blume, Barcelona España, 2008

Press, Mike y Cooper, Rachel.
Diseño como experiencia (El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI),
G.G., Barcelona, 2009

Puerta, Felicia.
Análisis de la forma y sistemas de representación.
1ª. Ed. Universidad Politécnica de Valencia. España. 2005.

Scott Guillian, Robert
Principios fundamentales del diseño gráfico
Edit., Víctor Lerú, Don Bosco, 1975

Solomon, Martín.

El arte de la tipografía (la introducción a la Tipoicónografía)

Edit., Tellus, 1988

Seoane, Ariel.

Diseño gráfico en PC.

Grupo editorial Diana (serie informática)

Montevideo, Uruguay, 1995-96

Stobart, Jane, Whale, George, Barfield, Naren, Simmons,
Rosemary.

Impresión Digital

Edit. Anaya Multimedia, Madrid, España, 2003

Tapia, Alejandro

De la Retórica a la Imagen

Universidad Autónoma Metropolitana.

División de Ciencias y Artes para el Diseño. Ed. 1990/91

Terence, Dalley

Guía completa de ilustración y diseño (técnicas y materiales)

1a. Ed. H. Blume, Madrid, 1981.


Turbaro, Antonio

Tipografía, estudios e investigación sobre la forma de la
escritura y del estilo de la impresión. Universidad Palermo,
Librería Técnica, CP67, 1994

T. Turnbull, Arthur, N. Baird, Russell

Comunicación gráfica

Edit. Trillas, México, 1986



Serrano Limón, Ma. Isabel, Pichardo Paredes, Juan Josafat.
El lenguaje de las artes. Prentice Hall Hispanoamérica, S.A.,
México, D.F., 1999

Uddin Saleh, M.
Dibujo de Composición
1ª. Ed. 1999, Edit. McGraw-Hill Interamericana Editores, México,
2000.

Vanden Broeck, Fabricio
El diseño de la naturaleza o la naturaleza del diseño
1ª. Ed. 2000, Edit. Trillas, México, 2000.

Wucius, Wong Fundamentos del
diseño. Editorial G. G., México,
D.F., 1995