

870131  
21  
1ej

**MANUAL  
GRAFICO PARA  
EL DISEÑO DE  
HISTORIETAS**

ARG. GUILLEMAN DE LA TORRE  
DIRECTOR GENERAL DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

ARG. GUILLEMAN DE LA TORRE  
SECRETARIO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA  
INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS  
MANUAL GRAFICO PARA EL DISEÑO DE  
HISTORIETAS**

TESIS PROFESIONAL QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO PRESENTA

**KENNETH LUIS TREVIÑO CASSILLY**

GUADALAJARA, JALISCO, 1986

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

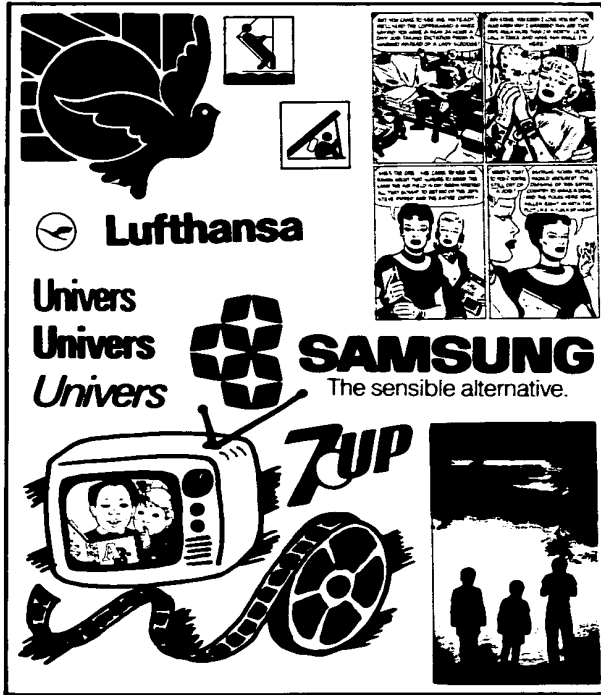
Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

# CONTENIDO

	PAG.
<b>INTRODUCCION</b>	7
<b>1.- ¿QUE ES LA HISTORIETA?</b>	9
<b>2.- LA HISTORIETA EN LA ACTUALIDAD</b>	11
<b>3.- EL FENOMENO DE LA HISTORIETA</b>	15
<b>4.- LA INFLUENCIA DEL COMIC</b>	17
<b>5.- TIPOS DE HISTORIETAS</b>	19
- Los Formatos	28
<b>6.- CARACTERISTICA DE LA HISTORIETAS</b>	31
<b>7.- ¿COMO SE HACE UNA HISTORIETA,</b>	35
<b>8.- SEMIOTICA DEL COMIC</b>	39
<b>9.- LA HISTORIETA EN PUBLICIDAD</b>	41
<b>10. NUEVAS TENDENCIA DE LA HISTORIETA</b>	45
<b>11. EL MANUAL</b>	47
<b>RESUMEN</b>	49
<b>CONCLUSION Y OBJETIVOS</b>	51
<b>MANUAL GRAFICO PARA EL DISEÑO DE HISTORIETAS</b>	

# INTRODUCCION



Es indudable que nuestro siglo puede ser calificado como el de las comunicaciones visuales. Los medios impresos primeramente, al hacer repetibles las imágenes (tipográficas e icónicas) que podían ser reproducidas por la imprenta; la fotografía, desde sus comienzos hasta el día de hoy; las tiras cómicas que, evolucionadas, se transforman en las historietas, la aparición del cine, el medio de proyección de imágenes dotadas de movimiento; la televisión, formación electrónica de imágenes; y el diseño gráfico especializado, nos lo confirman.

Entrando particularmente al campo de la historieta, y partiendo de las bases de que es un gran medio de comunicación masiva, de innegable influencia en la vida socio-cultural de muchos países (por no decir que en todos), dentro del cual ejerce gran influencia el diseño gráfico y de que en nuestro México se producen muchas de las peores historietas del mundo, se intentará en esta obra dar a conocer las bases técnicas y teóricas para la elaboración de mejores historietas, dando alternativas para nuevos enfoques, además de sus aplicaciones en publicidad.

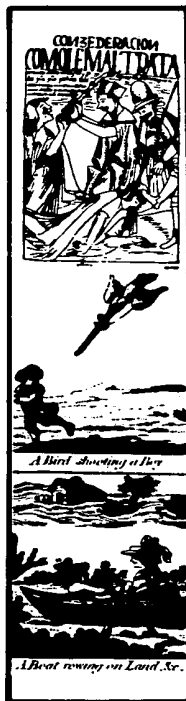


# 1. ¿QUE ES LA HISTORIETA?

Se puede decir que es una narración gráfica, expresada mediante series de cuadros o viñetas dibujados, basada en el guión previamente escrito en el que existe un personaje central, alrededor del cual gira un argumento que se explica mediante diálogos, que son rotulados en cada cuadro, y a través de los dibujos de personajes y diseño de la composición general.

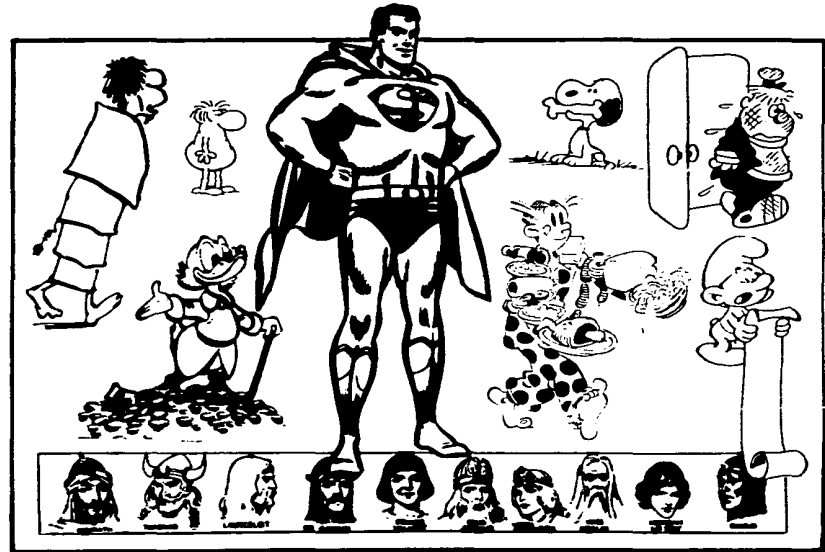


La historieta surge a principios del presente siglo, teniendo algunos antecedentes directos en periódicos y pasquines, que ya combinaban el texto con la ilustración, pero es hasta entonces que aparecen las primeras historietas, antecedente directo de la que conocemos actualmente, que llega a su estado actual después de varias transformaciones y cambios a través de los años.



## 2. LA HISTORIETA EN LA ACTUALIDAD

La historieta se presenta actualmente como una síntesis fascinante de todo el patrimonio cultural de la sociedad. La calidad de los cómics refleja la cultura y las características sociales de cada país. "Dime que comic lees y te diré quién eres". Es la forma más común de lectura en casi todos los países del mundo, muy por encima de best sellers, libros, y revistas de otros géneros, esto sin contar las historietas y tiras cómicas que aparecen diariamente en todos los periódicos.





Hablando de México en particular, tenemos que entre 90 y 100 millones de ejemplares de historietas y fotonovelas se producen mensualmente, y su circulación se amplía al ser leídas por dos o tres miembros de la familia del consumidor, que invierte en esta compra más de 700 millones de pesos (1982). México es el país que consume más historietas y fotonovelas por habitante, y este consumo constituye, junto con la radio y la televisión, la base de la cultura popular!. La paradoja surge cuando nos enteramos que se combina el mayor consumo de historietas por habitante con la historiera de peor calidad en el mundo. Tomando en cuenta que la cultura de la mayor parte de los mexicanos se basa en la información que la proporcionan las canciones populares, LA HISTORIETA, los locutores de televisión y radio y el cine, es alarmante pensar que no ha merecido un estudio por parte de las autoridades educativas, instituciones de educación superior, o las vanguardias culturales.



Mientras un libro afortunado puede alcanzar un tiraje de 6mil ejemplares, una historieta desafortunada no permanece por debajo de los 45 mil. Mientras los bestsellers nacionales pueden ascender a la gran cifra de 60 mil ejemplares por tiraje, el equivalente de la historietana alcanza los dos millones semanales, por lo general. Sin embargo, a pesar de sí misma, la historieta tiene un gran mérito: Lograr que centenares de adultos conserven sus primeras letras logradas penosamente, el comic mantiene leyendo a millones de mexicanos que hacen de él su única relación con la letra impresa. La historietana mexicana (es de malísima calidad, en general, con algunas excepciones) ha sido inducida por el amoral manejo que han hecho de ella grupos industriales voraces en materia financiera y barbaros en lo que a cultura se refiere. Presionando para obtener historias fáciles, imponiendo códigos de contenidos permisibles a los guionistas, despreciando a los lectores y los autores de la obra, han llegado a consolidar el modelo de la historietana mexicana que hoy prevalece en el mercado.



Al mismo tiempo, se ha mantenido los derechos laborales en un nivel bajísimo, ignorando los derechos de autor, pirateando originales extranjeros y nacionales, ignorando la existencia de contratos, y abaratando el precio de página por dibujo, en una tremenda competencia en la que lo importante no es la calidad sino la cantidad. Pesimos argumentos sentimentales, machistas, violentos, racistas, etc. Escritos en su mayoría por periodistas y novelistas fracasados, dominan la producción de historietas, y en el caso de los ilustradores gráficos, al negarles la posibilidad de experimentación, al desvalorizar su creación, y presionarlos sistemáticamente para exigirles más velocidad, les han robado su orgullo profesional y sus posibilidades de desarrollo. Son contados los profesionales de la historieta que han logrado escapar a estas condiciones, y son precisamente éstos los que deben establecer una nueva y diferente relación con el lector, aumentando así las posibilidades de una transformación del género, y reconstruir un espacio fundamental de la cultura de masas en México.

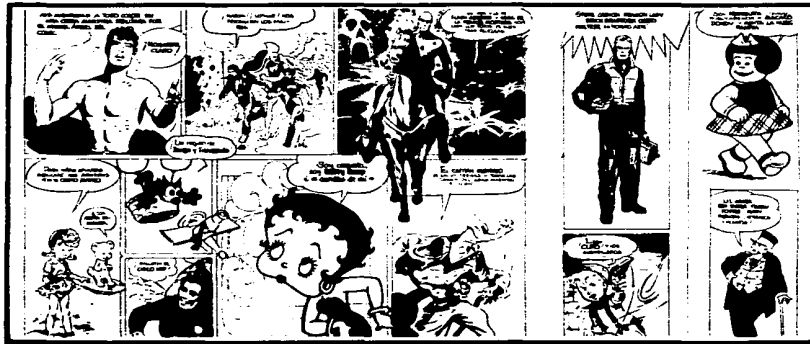


# 3. EL FENOMENO DE LA HISTORIETA

La historieta es el patito feo de la cultura contemporánea, es despreciada por todos, a pesar de ser el género más leído y conocido por todos, ha ido conquistando un lugar cada vez más importante en la vida cultural, comercial, publicitaria, erótica, periodística, familiar y financiera de la sociedad de Occidente, ya que principalmente es una mercancía.

"No es arte, no es cultura, no es artesanía: Se puede discutir y aún despreciar a este híbrido de la narrativa contemporánea desde el punto de vista social, artístico, educativo, moral, religioso, etc., pero desde el punto de vista social, es un hecho imponente, un fenómeno colosal que aplasta cualquier otra manifestación del género."\*

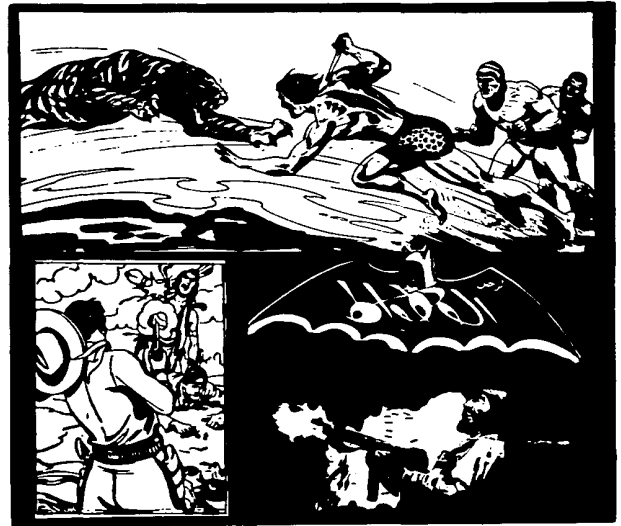
De hecho, nadie puede negar que el fenómeno comic influya, o directamente condicione, determinadas expresiones de la vida humana; de las económicas a las culturales, artísticas, religiosas, sociales. Este fenómeno está cambiando rápida y radicalmente. Sentimientos y valores, todo lo que forma los contenidos de la vida moderna (cine, pintura, literatura, etc.), observa hoy más que nunca al desarrollo del comic. Todos los hemos leído alguna vez, y quizás hemos sido influenciados por ellos, a veces sin darnos cuenta, y aquí está el problema, que al presentar violencia y decadencia, las masas populares llenan sus incultas mentes con esta basura, lo cual trae como consecuencia actitudes negativas.



La historieta se presenta como una síntesis de todo el patrimonio cultural de la sociedad, se puede decir que por sus comics se conoce la cultura de un país; dominio imperante de la búsqueda de lucro en el mundo de la cultura, evasión de la realidad, sueños inalcanzables, mundos perfectos, omnipotencia de los medios masivos de comunicación.

# 4. LA INFLUENCIA DEL COMIC

La influencia actual que ejerce la historieta sobre las mentes de los lectores es aprovechada al máximo por muchos países, tenemos como ejemplo a los Estados Unidos, que presentan en la mayoría de sus comics policiacos, de superhéroes y bélicas siempre a los malos como comunistas o facistas, enemigos de la democracia y la libertad. Estos personajes siempre son derrotados. A simple vista esto no tiene nada de malo, pero analizando más a fondo los argumentos nos encontramos que el pueblo en peligro siempre es en Africa o Sudamerica, o algún otro país tercermundista, salvado por el héroe norteamericano, lo cual nos dá un significado simbólico de paternalismo y colonialismo subconciente por parte de los imperialistas. Exactamente lo contrario sucede con las historietas cubanas o chinas, donde el malo es el "gringo" y el bueno es el "rojo". Estas son solo algunas de las aplicaciones en materia de influencia ideológica que se pueden dar en la historieta, que al igual que los demás medios de comunicación e información están siempre controlados directa o indirectamente por los gobiernos o regímenes políticos.

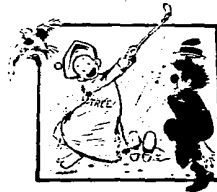
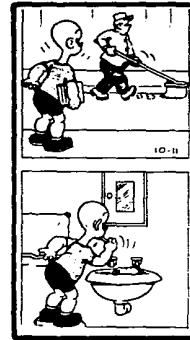




# 5. TIPOS DE HISTORIETAS

Existen varias clasificaciones dentro de los géneros de la historieta, he aquí la nuestra:

1.- **HISTORIETA COMICA:** Es la que nos presenta situaciones graciosas y divertidas, el dibujo y los temas son dirigidos a todas las edades y su función principal es la de divertir al lector.



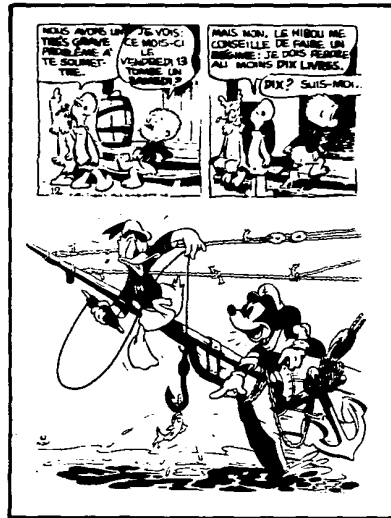
a) Niños (Kid strips): Son historietas en las que la trama gira en torno a personajes infantiles, en las que pueden o no aparecer adultos, aunque como personajes secundarios.

## b) Familias (family strips):

Los personajes son los de una familia en estas historietas, tienen gran aceptación ya que el público se identifica con ellas.



c) Animales humanizados: Tienen como antecedente las fábulas de la antigüedad y su característica es que los animales adoptan características de la raza humana (caminar de pie, hablar, etc.)



d) Festivos: Dentro de este género tenemos historietas cómicas que no caben dentro de ninguna de las clasificaciones anteriores, personajes juveniles, raros, etc.)





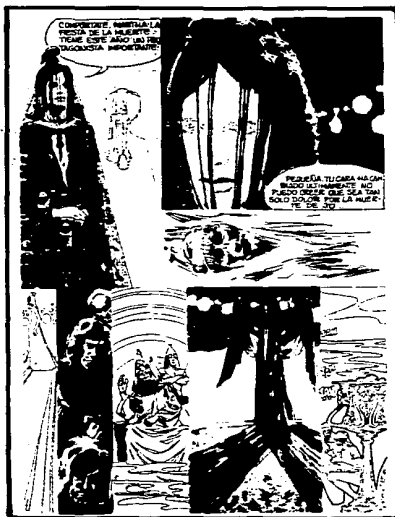
**2.- HISTORIETAS DE AVENTURAS:**

Dentro de este género tenemos a las historietas "serias" derivadas de la literatura popular (vaqueros, policiacas, sf. etc.).

- a) Superhéroes: Los personajes de estos comics son seres superdotados, ya sea con poderes de tipo mágico, superfuerza, superpoderes, o con super tecnología y super inteligencia, siempre salvan la situación usando sus poderes, y actuando solos o en equipo.



- g) Terror: Suspense, misterio, etc, temas macabros, y clásicos de la literatura del terror..



- 3.- HISTORIETA. SENTIMENTAL:  
Los temas de esta historieta son puramente sentimentales, amorosos, etc., dentro de este género se encuentra la popular fotonovela.

- 4.- **RELIGIOSAS:** Tratan sobre temas religiosos, pasajes bíblicos, etc.

<p><b>DIOS TODOPODEROSO DERRAMÓ SU SANGRE POR TUS PECADOS.</b></p>	<p><b>JESÚS ES TU ÚNICA ESPERANZA... EL ES EL ÚNICO CAMINO AL CIELO.</b></p>	
<p>Apocalipsis 1:5-8</p>	<p>¿El único? ¡Tiene que haber otros!</p>	
<p>Porque de tal manera amó Dios al mundo, que ha dado a su Hijo unigénito, para que todo aquel que en él cree, no se pierda, mas tenga vida eterna. Juan 3:16</p>	<p>Pues no. Jesús dijo: "Yo soy el camino, la verdad y la vida. Nadie viene al Padre sino por mí". Juan 14:6</p>	

- 5.- **BIOGRAFICAS:** Temas históricos, basados en vidas de personajes famosos.

<p>¡QUEREMOS VER AL CAR!</p>	<p>NO ESTÁ EN SU RECORRIDO!</p>	<p>¡LE HAREIS FUGAR! ¡LE HAREIS FUGAR!</p>
------------------------------	---------------------------------	--

- b) Policiaca: Las clásicas aventuras de policías y ladrones, casos de espionaje, detectivescas, etc.



- c) Legendarias: Basadas en antiguas leyendas y mitologías, historias de heroes y dioses.









- 8.- **INTELLECTUAL:** Estas historietas tienen como fin hacer pensar al lector, no únicamente divertirlo, haciendo análisis psicológicos de los personajes, tratando temas culturales y sociales, etc.



- 9.- **POLITICA:** Nos presenta temas principalmente políticos y sociales, desde el punto de vista del autor, abarca todas las corrientes políticas.



- 10.- **UNDERGROUND:** Es un tipo de historieta de protesta, crítica y ataque, que circula clandestinamente, defendiendo la droga, el sexo y la violencia. Aparece en E.U., y existe en muchos países. Su calidad es variable.

## Los Formatos

Existen básicamente 4 formatos de historieta:

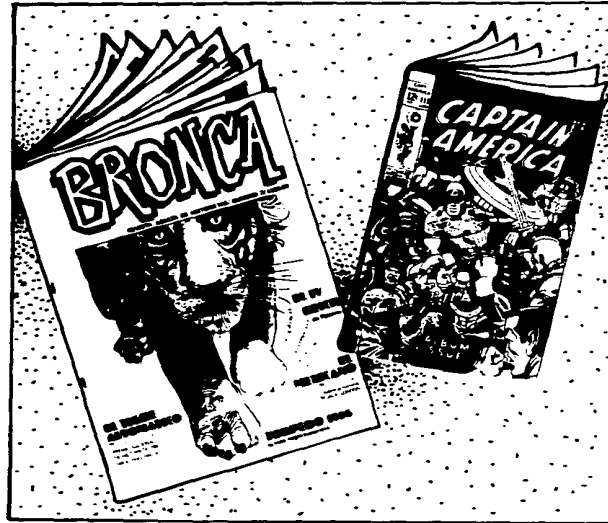
- 1.- El chiste de un solo cuadro (del tipo de caricatura editorial) que puede ser mudo o con globos y textos, o pie de ilustración. No se le considera propiamente como historieta, ya que aunque combina texto e ilustración no es una sucesión de imágenes.



- 2.- La tira cómica, que consta de 3 a 6 cuadros y es la que aparece diariamente en los periódicos, puede contener un chiste completo o ser parte de una trama en episodios con el clásico "continuará" en el último cuadro.



- 3.- La página, que generalmente aparece los domingos en los diarios, a color, y también puede ser completa la historia o ser parte de una secuencia que continúa la siguiente semana.

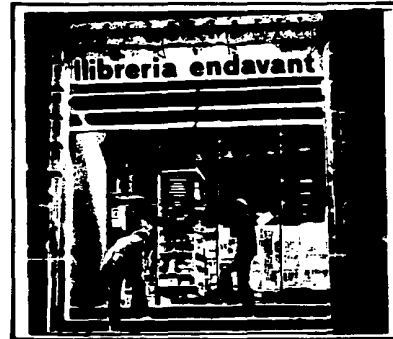


- 4.- El libro o revista de historietas, que aparece periódicamente y contiene historias completas o de continuación, pueden ser a color, una o dos tintas, de calidad variable según el género y el precio.

# 6. CARACTERISTICAS DE LA HISTORIETA



**LENGUAJE ICONICO-LITERARIO:**  
El cómic se dá como resultado de la combinación de imagen y texto.

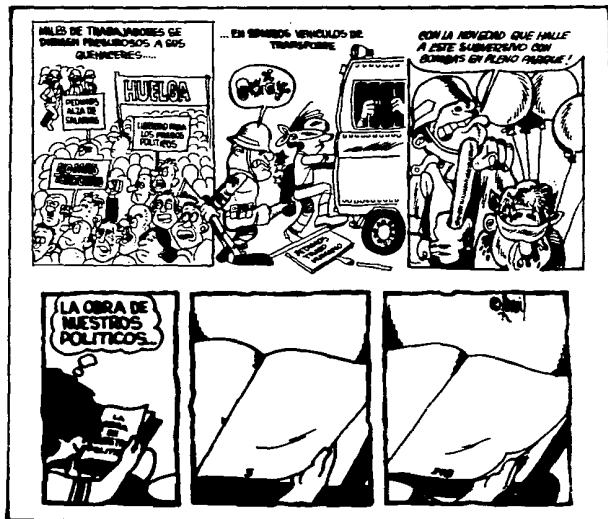


**MEDIO MASIVO DE COMUNICACION:**  
La historieta es hija del periodismo de grandes tiradas, producto de la sociedad industrial, comic y prensa están unidos como medios masivos de comunicación.



**CODIGO FACILMENTE ASIMILABLE:**  
(Pero en constante renovación)  
La historieta es un código a descifrar (letras e imágenes) que contiene una serie de símbolos y normas.

**VEHICULO DE IDEAS:** Puede llegar a ser un excelente vehículo de ideologías, y en consecuencia ayudar al reforzamiento del orden imperante, o al contrario, como eficaz medio de politización y protesta.



**INDUSTRIA Y A VECES ARTE:** Se le puede considerar en una doble vertiente: Como producto industrial masificado y como expresión artística: El noveno arte, como le han bautizado algunos entusiastas (aunque no todas las historietas tienen calidad estética).



**COMO MEDIO DE EXPRESION**

**TIENE SUS PROPIAS**

**CARACTERISTICAS:** Ventajas:

Facilidad de lectura que lo hace accesible a millones de lectores, versatilidad para el dibujante, el reforzamiento de la combinación texto-dibujo,

Limitaciones: Falta de sonido, limitación de número de páginas.

**PRODUCTO DE UN EQUIPO**

**DE TRABAJO:** Es producto

casi siempre de un equipo de

trabajo en el que intervienen:

Dibujantes, coloristas, diseñadores,

guionistas, fondistas, creativos,

letristas, etc., aunque hay

muchas creaciones puramente

personales.

# 7. ¿COMO SE HACE UNA HISTORIETA?

## 1.- EL GUIÓN.

Cuando se tiene la idea en forma de guión literario, se pasa a la elaboración del guión técnico. Su función es ayudar al dibujante o diseñador para que pueda visualizar la historieta o tira, para transformar en imágenes los textos. El guión se elabora casi siempre siguiendo estos pasos:

- 1) A la izquierda del papel el plano y las indicaciones de lo que ha de verse en la viñeta.
- 2) A la derecha los diálogos de los personajes así como el texto narrativo.



Cuadro Plano	Descripción de la escena	TEXTO
1 —	Un cobertizo amplio, de madera, con restos de barcasas; un taller para construir barcas, que es mostrado por Big Jim a sus amigos, y en el que pueden verse, a medio construir algunas barcasas, junto a restos de otras, utensilios, aparejos, cuerdas, etc. Al fondo y enfrente, el cobertizo ofrece una amplia puerta que dá al río.	<p><u>Texto narrativo:</u>            NOS CONJUNO A UN VIEJO COBERTIZO PARA CONSTRUIR BARCAS.</p> <p><u>Robi:</u>            ¿DE MODO QUE AQUI ES DONDE ESTAS CONSTRUYENDO TU BARCA, EH, BIG JIM?</p> <p><u>Big Jim:</u>            SI... MI PADRE ERA SOCIO PROPIETARIO DE ESTE COBERTIZO ANTES DE MORIR. ME DEJAN TRABAJAR AQUI SIN PAGAR NADA Y ME PRESTAN DE BALDE LAS HERRAMIENTAS.</p>
2 —	Los tres muchachos de pie, bajo la estructura de madera que sostiene un hermoso yate de 25 pies. Está a medio acabar. Todavía faltan algunas planchas y los mástiles.	<p><u>Texto narrativo:</u>            JUNGO NOS MOSTRO SU YATE DE 25 PIES CASI TERMINADO...Y ERA MARAVILLOSO...</p> <p><u>Robi:</u>            ¿Y TU LO HACES SOLO?</p> <p><u>Big Jim:</u>            NECES... PARA LLEGAR HASTA AQUI HE NECESITADO DOS AÑOS.</p>

## 2.- EL DIBUJO.

Una vez que se tiene el guión, se procede a narrarlo en imágenes, para esto se requiere cierta experiencia en dibujo, aunque lo principal es saber narrar en imágenes, aunque el dibujo no sea perfecto. Hay que tomar en cuenta el tipo de historieta, ya que algunas requieren mayor conocimiento de técnica que otras. También se necesita documentarse con material gráfico, y en muchos casos se requiere de un archivo, que contenga imágenes sobre diferentes temas.

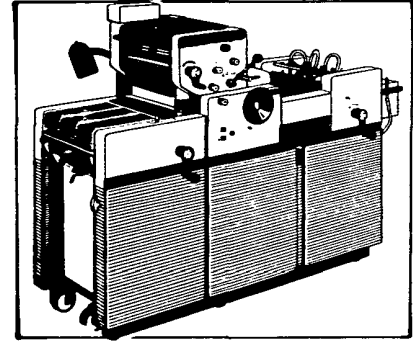


## 3.- LA VIÑETA.

Es la mínima unidad del cómic, la definiremos como un dibujo delimitado por líneas que la separan de otras. Existen diferentes tipos de marcos, algunos dibujantes no los usan. La secuencia de las viñetas (incluyendo texto) compone la narración del comic. Dentro de la viñeta se incluye el uso de onomatopeyas, globos, textos, sonidos inarticulados, etc. Los planos (general, medio, close up, etc.) son otro factor importante, así como la angulación y el uso de tramas, collage, etc.

#### 4.- EL MONTAJE.

El montaje es el acomodo de la secuencia de viñetas, que debe ser estudiado y diseñado con gran cuidado, para lograr una armonía del diseño en cada página. En el montaje se maneja el tiempo de la narración, por lo que es importante no poner viñetas de más ni de menos, que causen confusión al lector.



#### 5.- IMPRESION Y REPRODUCCION.

Una vez que tenemos los originales montados, se procede a la impresión, que es el proceso siguiente. Ya que el comic pertenece a los medios masivos de comunicación, se hacen grandes tirajes. El medio más usual es el offset, que fotografía el dibujo y después lo reproduce. Puede ser en una tinta o a colores.

# 8. SEMIOTICA DEL COMIC

Se tiende a considerar inmediatos los mensajes del cine, del comic y otras formas de expresión basadas en la imagen, pensando que no necesitan un esfuerzo de interpretación o de descifrado, como un mensaje escrito, que para ser comprendido exige un aprendizaje previo que permite la conversión de signos convencionales en palabras, para establecer la comunicación.

Las imágenes son más inmediatas que los textos, pero no por esto debemos pensar que sólo se necesita aprender el lenguaje escrito, y que el icónico (visual, imágenes) vierte su contenido de forma directa en el observador. Incluso sería muy aventurado decir que aprender a leer imágenes es más fácil que aprender a leer textos. De hecho un niño se alfabetiza en poco tiempo,



mientras que el aprendizaje de la lectura de imágenes es un proceso continuo, que debe adaptarse a códigos distintos y en constante evolución. Lo que pasa es que se trata (en gran medida) de un aprendizaje inconsciente, que nos exige un sofisticado proceso de decodificación, basado en el conocimiento de claves de interpretación a menudo complejas.

En la historieta, aparte de tener que leer los textos de los globos, la imagen también requiere de un proceso de interpretación que se basa en convencionalismos que se requiere conocer.



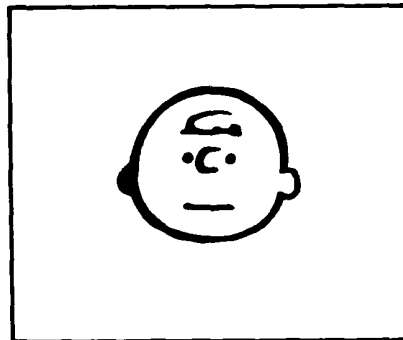
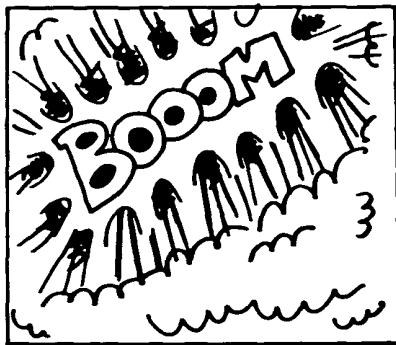
La lectura de una historieta presenta varios niveles, cada uno de los cuales exige el conocimiento de: un código específico:

- 1.- Lectura del texto en "globos".
- 2.- Interpretación del orden de las viñetas: Identificar cada viñeta como un momento de la acción, ordenar y leer estas viñetas de izquierda a derecha y de arriba a abajo, y suplir mentalmente el tramo de acción que se sucede entre una viñeta y otra, para deducir la secuencia narrativa.
- 3.- Interpretación de los signos específicos de relación texto-imágen.
- 4.- Lectura de las imágenes mismas como unidades semióticas.

En los primeros 3 aspectos de esta lectura compleja, es bastante obvia la necesidad de aprendizaje. Lo que no es tan obvio es el carácter no inmediato de las imágenes mismas. A primera vista parece que no se necesita conocer alguna clave de interpretación para, por ejemplo captar las características de un determinado personaje, pero lo cierto es que en el comic se utilizan signos, símbolos, técnicas de esquematización que sólo son viables en un determinado contexto cultural,

del que inconcientemente tomamos las claves de lectura que nos permiten convertir mentalmente un conjunto de trazos elementales en un rostro humano de expresión significativa.

Las técnicas de simplificación gráfica propias del comic, han dado lugar a una serie de signos elementales que, combinados adecuadamente, y leídos (inconcientemente) por un sujeto que haya asimilado (a partir de un contexto cultural) las claves de interpretación antes mencionadas, pueden dar lugar a una riquísima gama de mensajes.



Una forma sencilla de comprobar el carácter no inmediato de muchas imágenes consiste en observar fijamente durante un rato, y aislada de su contexto, la cara de un personaje típico del cómic, por ejemplo la de Charlie Brown "Carlitos". Llega un momento en que ya no vemos un rostro, sino un círculo con un par de puntos y unos cuantos garabatos en su interior.

# 9. LA HISTORIETA EN PUBLICIDAD

La historieta tiene grandes aplicaciones dentro de la publicidad que aprovecha sus características de combinación imagen-texto para dar un mensaje directo, sencillo y efectivo. Se utilizan casi siempre páginas dentro de los mismos libros y revistas de historietas, revistas de otros géneros, periódicos y hasta volantes y folletos. Dentro de todos estos campos entra la publicidad impresa, que tiene el gran apoyo de la historieta.

La gran aceptación popular de la historieta como medio de comunicación masiva la hace más efectiva como medio publicitario. Infinidad de productos y servicios pueden ser promocionados a través de anuncios en forma de historieta, dependiendo del tipo de consumidor al que va dirigido el mensaje, se elige el formato, tipo de historieta y publicación en la que deberá aparecer el anuncio. Este medio puede ser un importante apoyo para una campaña publicitaria.

*Revels* — Believe It or Not!



**THE ICE CREAM SODA IS MORE THAN A CENTURY OLD! IT WAS FIRST MADE IN PHILADELPHIA IN 1874!**

**THE WORLD'S LARGEST ICE CREAM SUNDAE WAS FASHIONED IN McLEAN, VA., JULY 13, 1975. IT WEIGHED OVER 3,456 LBS. AND CONTAINED 777 GALLONS OF ICE CREAM!**





## JIM BEAM

and ice cream whip up an

# "ICE BEAM SODA!"

START WITH 1 OZ. JIM BEAM, ADD 3/4 OZ. GREEN CREME DE MENTHE, PLUS A SCOOP OF VANILLA ICE CREAM. ADD 4 OZ. SODA WATER, MIX IN BLENDER AND ENJOY!

**Beam. Serving the United Tastes of America.**

© AILEY INTERNATIONAL LIMITED 1977  
KENTUCKY STRAIGHT BOURBON WHISKEY 80 PROOF DISTILLED AND BOTTLED BY JAMES B. BEAM DISTILLING CO., CLEMONT, BEAM, KY

Se pueden pagar los derechos de algún personaje conocido de historieta para hacer el anuncio tipo comic, o se pueden crear personajes especiales o usar, por ejemplo la mascota de la empresa o del producto, o algún personaje histórico o popular (de cine, radio, televisión, etc.) que se identifique con el público lector.

Con lo que respecta al contenido de la historieta-anuncio, se puede decir que debe respetar los mismos principios de la publicidad clásica, debe ser claro, sencillo, con originalidad propia, insistente. Debe llamar la atención de la gente y al mismo tiempo crear el deseo de compra. Debe crear buena voluntad hacia el producto, demostrar su poder y su efectividad, o sus cualidades y atributos. Recomiendo usar los mismo lemas, slogans y características del resto de la campaña. Para la elaboración de un anuncio de prensa en forma de historieta intervienen los creativos de la agencia, el director artístico, y se puede encargar el trabajo a un diseñador gráfico o a un dibujante de historietas, proporcionándole el guión técnico de la historieta-anuncio.

**LA OFENSA QUE HIZO DE JOSÉ UN HOMBRE DE VERDAD**

¡OYE, NOS ESTÁS TIRANDO LA ARENA!

¡QUE HOMBRE TAN DESCONSIDERADO!

¡QUE SE HAYAN CREIDO! ¡YA ME LAS PAGARÁ!

¡OH, NO LE HASAS CASO, FLAGUITO!

¡OH! ESTOY HARTO DE QUERER UN ESPORTAFUERA. CHARLES ATLAS DICE QUE PUEDE CONVERTIRSE EN UN ATLETA... ENER, GARRARÉ EL COPON INV BUBBO Y PEDIRÉ GRATIS.

¡ASQUEERRO: ATLAS NO TAMPO SUERO ES TAMPORERRO. ¡QUE MOCOSITA NO ME NUBILLARÁ ASÍ SO MÁS AQUEL FAPORERRO.

¡CÓMO! ¿OTRA VEZ UD. POR AQUÍ? TOME ESTO. ¡SE LO DEBÍA!

¡OH, JOSÉ ES AHORA TODO UN HOMBRE!

**¡PERMITAME PROBARLE COMO HACER DE UD. UN HOMBRE DE VERDAD!**

**¡OBSEQUIOS GRATIS!**



# 10. NUEVAS TENDENCIAS DE LA HISTORIETA

A partir de los años 50's se ha desarrollado en muchos países un proceso de revalorización, estudio y experimentación que hacen de este medio un instrumento más rico en posibilidades expresivas.

El comic puede alcanzar niveles insospechados de riqueza y variedad y muestra características y razgos diferentes dependiendo de factores sociales culturales, geográficos, ambientales, económicos etc.

Actualmente tenemos los estilos, que muestran diferentes influencias pictóricas tomadas del cine y la pintura (expresionismo, barroquismo, futurismo, altos contrastes, manejo de planos, personajes, etc.) nuevos enfoques temáticos (ciencia ficción y fantasía, temas políticos, críticas sociales, erotismo fantástico, humor negro etc.)





Utilizando las teorías Gestalt dentro de las historietas para niños. Haciendo historietas educativas (temas escolares).

Existen también historietas experimentales, que utilizan formatos novedosos, como escenas en volumen, animación (pasando las páginas velozmente en un ángulo, provocando sensación de movimiento) etc.

En muchos países se le dan enfoques acordes a la ideología particular de cada uno, utilizandola para promocionar ideas políticas, temas históricos, etc., por parte de instituciones privadas y los gobiernos.

Uno de los aspectos más descuidados y que mayores posibilidades brinda es la función pedagógica de la historieta, que puede ser explotada en muchas maneras. Por ejemplo textos en forma de comic, inclusión de historietas cortas en los libros de texto.

# 11. EL MANUAL

Un manual es una publicación de consulta y de información, que nos proporciona datos para la realización de una determinada tarea, indicándonos paso a paso los aspectos técnicos y teóricos de la actividad que se trate.

Existen manuales de muy diversos formatos, presentando infinidad de temas, de extensiones muy variadas, y materiales diferentes. Siempre deben ser claros y concisos, sintéticos y fáciles de consultar.

La función principal de un manual es guiar al lector, orientándolo y dándole información respecto al tema, ilustrándolo con ejemplos prácticos.

En el caso de la elaboración de historietas existen como antecedentes en español algunos libros, tales como "PARA HACER HISTORIETAS" de Juan Acevedo, Editorial Popular, Madrid 1981. "COMO DIBUJAR HISTORIETAS" de Jesús Blasco, Editorial Parramón Barcelona.

Que tratan el tema con acierto, pero omitiendo muchos detalles, presentando los temas de una manera muy teórica y mostrando pocos ejemplos.



El presente manual intenta presentar un enfoque más completo y mejor ejemplificado, para lograr mejores historietas, además de abarcar también el campo de la publicidad en forma de historieta, y enfocándose más a la historieta cómica.

El diseño gráfico de un manual implica funcionalidad, claridad y sencillez, utilizando abundantes ejemplos gráficos, y menor cantidad de texto.

Se utilizan por lo general formatos de 2 ó 3 columnas, y pueden ser a colores o en blanco y negro, la tipografía no debe ser muy pequeña, y el tipo de letra debe ser claro y legible, sin muchos adornos.

Los métodos de impresión que se usan son casi siempre el offset y la litografía, en diferentes tipos de papel según la calidad de la edición.

# RESUMEN

Nuestro siglo se caracteriza por su abundancia de imágenes, entre las cuales destaca el cine, T.V., Diseño Gráfico, y la historieta:

Esta es una narración, que combina literatura con imagen, mediante series de viñetas con texto integrado.

Ha sufrido varias transformaciones a través de los años hasta llegar a su estado actual, en que se presenta como una síntesis del patrimonio cultural de la sociedad, que refleja las características de cada país. "Dime que comic lees, y te diré quien eres".

En México particularmente presenta datos estadísticos alarmantes, ya que combina el mayor tiraje con la peor calidad, debido a la voracidad de los empresarios, y pocos son los que escapan a esta situación.

En otros países se tienen, en cambio, excelentes historietas que combinan una gran calidad de textos con una excelente calidad estética, aunque en la mayoría prevalecen calidades variables.

La historieta, junto con otros fenómenos como el cine y la televisión, ejerce gran influencia en la vida de los pueblos y

ocupa un lugar importante dentro de la cultura de masas. Es una mercancía, y esta sujeta a los medios de comunicación.

Muchas veces es utilizada como medio de influenciar al público, ya sea directa o indirectamente, para reforzar ideologías existentes, o promover nuevas.

Existen varios tipos de historietas, entre los cuales tenemos :

## 1.- LA COMICA

- a) Niños
- b) Familias
- c) Animales
- d) Festivos

## 2.- AVENTURAS

- a) Superhéroes
- b) Policía
- c) Legendarias
- d) De la Selva
- e) Ciencia Ficción
- f) del Oeste
- g) Terror

## 3.- SENTIMENTAL

## 4.- RELIGIOSAS

## 5.- BIOGRAFICAS

## 6.- PUBLICITARIAS

## 7.- PARODIAS

## 8.- INTELECTUAL

## 9.- POLITICA

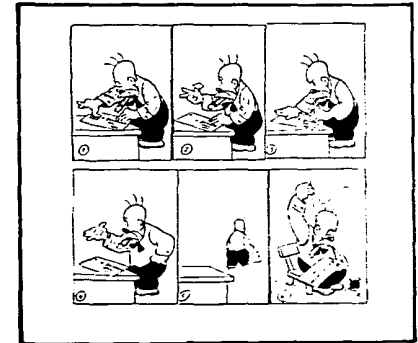
## 10- UNDERGROUND

FORMATOS- Un sólo cuadro

- tira diaria
- página dominical
- libro o revista

La historieta posee varias características especiales:

- Lenguaje icónico literario.
- Narración en imágenes y texto.
- Es un medio masivo de comunicación.
- Código fácilmente asimilable.
- Es industria y a veces arte.
- Vehículo de ideas.
- Medio de expresión con características y limitaciones propias.
- Producto de un equipo de trabajo.







# CONCLUSION

# OBJETIVOS

## CONCLUSION

Tomando en cuenta todo lo anterior, llegamos a la conclusión de que para mejorar la historieta en México no bastan los esfuerzos de algunas personas aisladas, o algunas dependencias oficiales, si no están acompañados de iniciativas a otros niveles, dibujantes, guionistas, editores nuevos, críticos, organizaciones independientes.

Se debe tomar lo bueno que conserva la historieta mexicana, conjuntado con los aspectos positivos de las historietas extranjeras, presentando una alternativa enfrentada a los productos enajenantes, por medio de nuevos enfoques, guiones más originales y material gráfico más cuidado.

También debemos tomar en cuenta que la historieta debe ser complementaria, como un puente hacia horizontes culturales más amplios, ya que por sí sola no basta, aunque es una buena forma de inducir la cultura.

Podemos agregar que en el aspecto publicitario, la historieta tiene muchas aplicaciones, las cuales no han sido convenientemente explotadas en nuestro país, desperdiciando un recurso muy efectivo.

## OBJETIVOS

El objetivo principal de esta tesis es elevar el nivel predominante de la historieta en México, mediante un manual gráfico que presentará las bases técnicas y teóricas en las que debe apoyarse una buena historieta. Mostrando además ejemplos, y sus aplicaciones en publicidad, aprovechando sus múltiples ventajas.

Con esto se pretende lograr mejores historietas que induzcan al público lector hacia lecturas más elevadas, sirviendo como puente hacia un nivel cultural más alto.

**MANUAL  
GRAFICO PARA  
EL DISEÑO DE  
HISTORIETAS**

*KENNETH  
TREVINO.*



# INDICE

INDICE	3		
INTRODUCCION	5		
1.- EL GUION	7		
a) El gui3n T3cnico	8		
b) Archivo	9		
2.- FACTORES DE CONTENIDO LITERARIO	11		
a) Ritmo	11		
b) Movimiento y Acci3n	12		
c) Suspense	13		
d) El lenguaje	14		
e) Humorismo	15		
f) Publicidad	16		
3.- DISEÑO DE PERSONAJES	19		
a) Estereotipos	19		
b) Construcci3n	20		
c) Detalles	21		
d) Animales y mascotas	23		
e) El dibujo	24		
f) Movimientos	25		
g) Expresi3n	27		
4.- LA VIÑETA	29		
a) Composici3n	29		
b) Iluminaci3n	34		
c) Planos, Perspectiva, 3ngulos y encuadres.	35		
d) Fondos y ambientes	40		
e) Montaje	41		
5.- TEXTOS Y EFECTOS	43		
a) Globos	43		
b) Textos	45		
c) Met3foras Visuales	46		
d) Onomatopeyas	47		
e) T3tulos	49		
6.- EL ORIGINAL	51		
a) M3todos	51		
b) Tamaños	53		
c) T3cnicas y materiales	54		
d) Color y Tramas	56		
e) Portadas	57		
f) Impresi3n y distribuci3n	58		
7.- CONSEJOS PRACTICOS	59		
8.- EJEMPLOS	61		
a) Publicitaria	61		
b) C3mica	62		
c) Realista	64		
TERMINOLOGIA DE LOS COMICS	67		
BIBLIOGRAFIA	69		

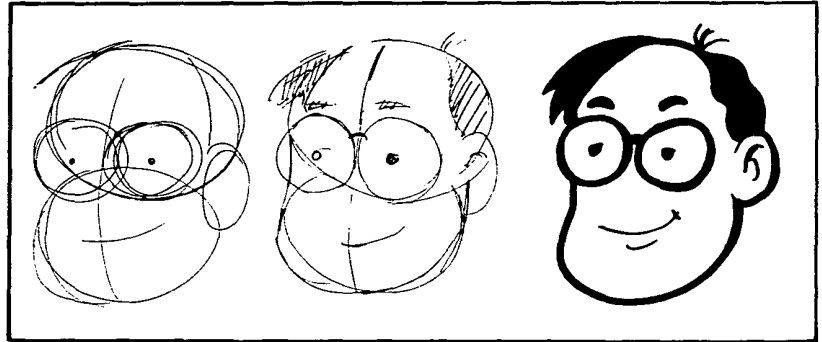
# INTRODUCCION

La historieta es un gran medio de comunicación, de la que el diseñador puede echar mano para comunicar mejor algunos mensajes gráficos, ya que combina perfectamente el texto con la imagen.

Son numerosas las aplicaciones de la historieta en el campo del Diseño Gráfico; folletos, anuncios de prensa, story-boards, carteles, etc, por lo cual es bueno que el diseñador conozca las bases necesarias para su elaboración.

Este manual muestra un panorama global de los elementos gráficos y técnicos que deben tomarse en cuenta para realizar una buena historieta. Únicamente se necesita tener conocimientos básicos de dibujo y de diseño, y aplicar la información contenida en este manual para lograr una historieta efectiva.

Se presenta la información en forma progresiva y lógica desde el guión hasta la impresión de una historieta, pasando por el diseño de personajes, composición, técnicas, etc.

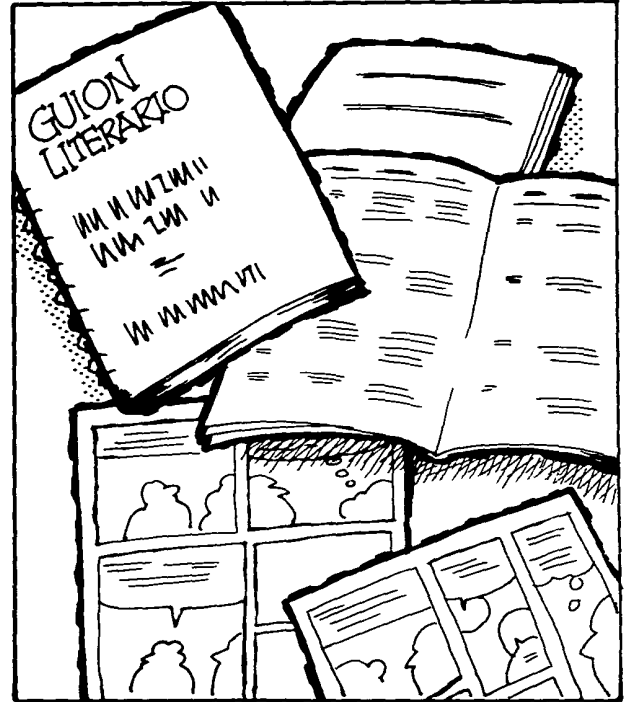


Para la elaboración de una buena historieta se tienen que tomar en cuenta muchos factores, cuyo fin principal es el mantener el interés del lector, evitando la confusión y logrando una buena comunicación del mensaje.

# 1. EL GUION

La historieta se compone de dos partes, el texto y el dibujo, que pueden ser elaborados por personas diferentes. El guión o texto es la parte literaria de una historieta, puede ser un cuento, historia, biografía, leyenda, en cuyo caso debe hacerse una adaptación ó puede ser un texto hecho especialmente para historieta, por un guionista profesional ó por el mismo dibujante o diseñador. Si la historieta es publicitaria este puede ser hecho por los creativos de una Agencia de Publicidad.

Teniendo el guión en forma literaria (resumido y adaptado a nuestra historieta) tomando en cuenta el tipo de historieta que deseamos hacer, el público al que vá dirigida, el mensaje que queremos dar, la extensión que tendrá dicha historieta, pasamos a la elaboración de guión técnico.



## a) El Guión Técnico


Para elaborar el guión técnico se usa un formato vertical (en columnas). Se escribe el número del cuadro, en seguida el plano utilizado (ver "planos de la historieta" más adelante), luego la descripción de la escena, y por último el texto que debe aparecer escrito dentro del cuadro debemos tomar en cuenta si va a ser tira, página ó revista .

Cuando el artista hace su propio guión, puede variar, conforme a su criterio personal, omitiendo, ó agregando elementos.


CUADRO	PLANO	DESCRIPCION	TEXTO
Nº 2	PA	UN INTELLECTUAL ENTRANDO EN UNA BIBLIOTECA. USA LENTES, CARGA UN LIBRO. SE VEN LIBROS.	NARRATIVO: AQUEL INTELECTUAL ESTABA FELIZ, PORQUE YA NADIE IBA A LA BIBLIOTECA.  PIENSA: ¡ TODOS LOS LIBROS PARA MI SÓLO!
Nº 3	PP	UN ANCIANO SENTADO, DORMIDO, CON TELARANAS.	NARRATIVO: EL UNICO ADEMÁS DE EL, ERA EL ANCIANO BIBLIOTECARIO.  -EFECTO DE SUEÑO: (ZZZ)

AQUEL INTELLECTUAL ESTABA FELIZ, PORQUE YA NADIE IBA A LA BIBLIOTECA...



EL ÚNICO, ADEMÁS DE EL, ERA EL ANCIANO BIBLIOTECARIO.



## b) Archivo

Antes de empezar a dibujar es necesario documentarse sobre el tema de la historieta.

Una vez leído el guión, el artista debe informarse sobre el tema, los personajes, construcciones, vestimentas, mobiliario, etc. concernientes al lugar y época del relato.

El autor muchas veces se ve obligado a visitar las bibliotecas, buscar en enciclopedias, publicaciones especializadas, etc.

Para esto también es importante que el autor, o el estudio de arte cuenten con un archivo de imágenes, con temas que no es posible hallar en la vida actual, aspectos y formas fuera del alcance común.

El archivo no debe contener aspectos generales como figuras humanas, cabezas, etc., ya que resultaría impracticable y un obstáculo para la creatividad, además de que resultaría imposible tener completo y actualizado un archivo así, mas bien debe contener imágenes de objetos, máquinas, vestidos y animales fuera de lo común.



El artista debe utilizar estas fuentes sólo cuando sea necesario, tratando siempre de utilizar su propia creatividad en lo que se refiere a personajes y situaciones actuales.

El archivo casi siempre consta de carpetas clasificadas por temas, en las cuales se colocan recortes y fotografías. Pero el mejor archivo con el que puede contar un diseñador es una buena biblioteca.



# 2. FACTORES DE CONTENIDO LITERARIO

Son los factores que se relacionan con la parte literaria de una historieta (el guión).

## a) Ritmo

O interés narrativo, que consiste en resumir la acción en el menor número posible de cuadros, sin que esto perjudique la comprensión del mensaje.

Al hacer el guión técnico se debe economizar tiempo e imágenes, con el fin de lograr más intensidad narrativa.

Se pueden eliminar cuadro enteros, por ejemplo, si el personaje hace un viaje corto, no es necesario ilustrarlo, basta con poner en el siguiente cuadro el personaje en su destino, o llegando, por ejemplo al aeropuerto, pero sin haber dibujado nada relativo al viaje. Tampoco es necesario dibujar detalles que no afecten al argumento, como el momento de comprar los boletos, etc. En otros casos se pueden hacer 2 cuadros de 3, eliminando detalles intrascendentes y resumiendo los diálogos a su nivel esencial. Aunque a veces se hacen efectos de prolongar el tiempo en algunas escenas clave.



## b) Movimiento y Acción

Para lograr el interés del lector es muy útil usar el movimiento y la acción, que se deben incorporar al hacer el guión técnico. Esto significa cambiar constantemente la ubicación de los cuadros o viñetas, trasladar al personaje de un lugar a otro. La historieta no puede ser un diálogo estático en un sólo lugar y los mismos personajes, hay que saber mover al personaje. También hay que valerse de los encuadres y ángulos visuales, trasladar el punto de vista de frente, perfil, acercarlo ó alejarlo. Aunque esto es parte del trabajo del artista, debe incorporarse desde la elaboración del guión, aunque éste no sea elaborado por él mismo, para tener un guión cuyo movimiento venga ya determinado por la narración.



## c) Suspenso

Es necesario darle al contenido de la historieta tenga dramatismo, situaciones inesperadas, insólitas, sorprendentes. Hacer que el lector se pregunte ¿que sucederá? para mantener el interés, sobre todo cuando se presenta en episodios. Aunque también esto es labor principal del guionista, el artista o diseñador debe captar las ideas y plasmarlas en imagen, logrando los efectos deseados.



## d) El Lenguaje

El uso del lenguaje es fundamental en la historieta. El modo de hablar es uno de los rasgos más característicos del personaje. Cada uno tiene su propio lenguaje y cada profesión lo mismo, y muchas situaciones cómicas surgen de esas diferencias, que el autor debe saber explotar según cada situación.

También hay que aprovechar las expresiones populares, utilizándolas cuando sea necesario, y desarrollar en cada personaje un modo de hablar característico, sirviéndonos de juegos de palabras, errores idiomáticos según la nacionalidad, nivel cultural, status, etc.

También debemos recordar que existen las historietas y tira mudas, que no utilizan para nada el lenguaje escrito, logrando así un efecto muy especial de comunicación visual.





## f) Publicidad

La gran aceptación popular de la historieta la convierte en un recurso muy efectivo para conformar o complementar campañas publicitarias, ya que conjunta perfectamente el texto y la imagen, logrando una gran efectividad al comunicar mensajes gráficos en prensa, folletos, catálogos, manuales, y todo tipo de publicidad impresa.

Con lo que respecta al contenido de la historieta-anuncio, se puede decir que debe respetar los mismos principios de la publicidad clásica, debe ser claro, sencillo, con originalidad propia, insistente. Debe llamar la atención de la gente y al mismo tiempo crear el deseo de compra. Debe crear buena voluntad hacia el producto, demostrar su poder y su efectividad, o sus cualidades y atributos.



Se pueden pagar los derechos sobre algún personaje conocido de la historieta, para hacer anuncio tipo comic, o se pueden crear personajes especiales o usar, por ejemplo la mascota de la empresa o producto, el mismo producto (en versión humanizada), o algún personaje histórico o popular que se identifique con el público lector.

Las revistas de historietas por lo general presentan entre sus páginas este tipo de anuncios, aunque también aparecen en periódicos y revistas normales.

Para la elaboración de un anuncio de prensa en forma de historieta intervienen los creativos de la agencia, el director artístico, y se puede encargar el trabajo a un diseñador gráfico o a un dibujante de historietas, proporcionándole el guión técnico de la historieta-anuncio.



Los formatos más comunes para este tipo de anuncios son: en revistas, una página completa, en periódicos 1/4 ó 1/2 plana. Pueden ser a colores o en blanco y negro, dependiendo del tipo y calidad de cada publicación. En casos especiales como volantes ó folletos el formato depende del diseño de cada medio, aunque debemos recordar que una historieta no debe reducirse demasiado, pues pierde efecto de impacto visual y su lectura se torna difícil.

Otro tipo de publicidad que puede obtenerse por medio de la historieta es la "publicidad implícita", o sea la aparición y promoción disimulada de un producto o servicio dentro de las páginas normales de una historieta, sin aparente finalidad publicitaria. Este tipo de anuncios "disimulados" no son muy comunes, pero sí llegan a existir, y al mismo tiempo sirven para darle mayor realismo a las historietas, que se acercan un poco más al realismo al aparecer en sus páginas productos que de verdad existen.



# 3. DISEÑO DE PERSONAJES

Una vez que se tiene el guión, el diseñador debe leerlo cuidadosamente para captar la idea original, conocer los personajes y proceder a diseñarlos.

Para diseñar el personaje deben tomarse en cuenta varios factores, en primer lugar, hay que conocer sus rasgos psicológicos, como piensa, edad, sexo, ocupación, si es bueno o malo, etc.

## a) Estereotipos

Conociendo el personaje, debemos también estudiar la TIPOLOGIA, que es la que trata los rasgos físicos de cada personaje, respondiendo a la necesidad de que este corresponda a un esquema que el público ya tiene formado respecto a las facciones de cierto tipo de personajes, es decir, el "malo" debe tener cara de malo, el "bueno", cara de bueno, etc. aunque puede haber excepciones, según el guión de la historieta.



La mayoría de las veces hay que sujetarse a este esquema, y respetar las características típicas del héroe (fuerte, alto, bien parecido), el villano (feo, astuto) la chica (bonita, ojos grandes, bien formada) etc. aunque no por esto debe perder personalidad el personaje, ya que existen muchos recursos para lograr una buena caracterización.

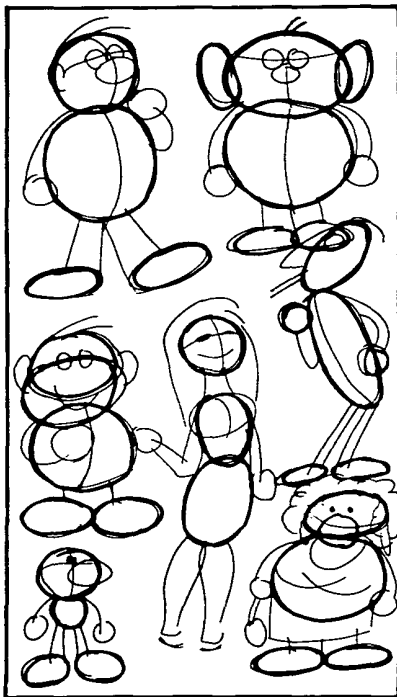


## b) Construcción

Quando tenemos la idea general del personaje, ajustado a todo el contexto de la trama, lo primero que debemos hacer es diseñar el físico, según las características del tipo. Si va a ser gordo, alto, flaco, chaparro, feo, bonito, etc.

También hay que diseñarlo según el tipo de historieta si es humorística, seria, publicitaria. Diseñándolo a partir de sus forma geométricas básicas.

Una vez que tenemos el cuerpo, diseñamos la cara, ojos, boca, nariz, pelo, orejas, cuello, de los cuales existen infinidad de tipos, los cuales debemos adaptar al tipo de personaje.



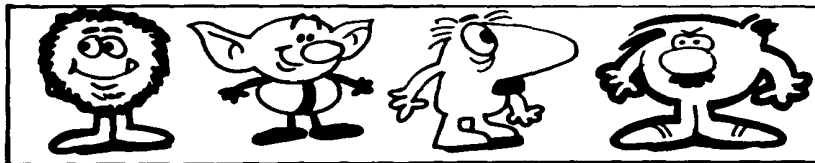
Siempre debemos tratar de diseñar un personaje sencillo, para que conserve la misma fisonomía al dibujarlo en diferentes posiciones y angulaciones, para evitar que se "pierda" por falta de identificación a medida que avanza el argumento. Por lo tanto debemos conocer bien los rasgos principales y seguir una fórmula para dibujarlo siempre igual.

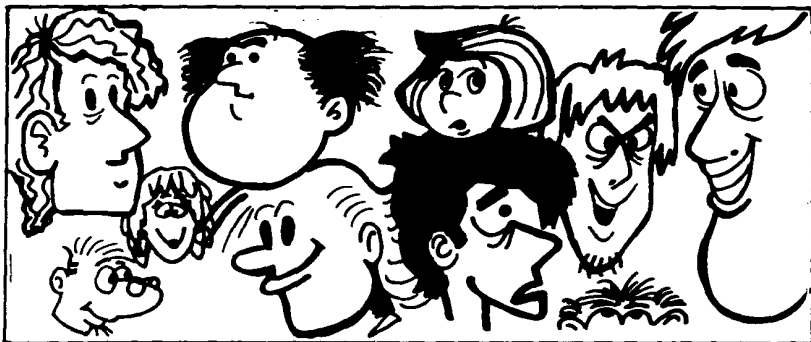
## c) Detalles

Teniendo el diseño del cuerpo y cara procedemos a "vestir" al personaje, y para esto necesitamos estudiar su edad, sexo, ocupación, status económico y social, para ponerles la ropa adecuada, la cual debe ser característica, y no cambiar mucho de un episodio a otro (en caso de ser historietas continuadas), si es una historia completa no debe ser muy diferente la ropa en una escena y otra, a menos que el guión así lo requiera, esto es para no confundir al lector y reafirmar la personalidad del personaje.

Uno de los recursos principales además de la ropa, zapatos, guantes, etc. Son los demás accesorios, tales como sombreros, bastones, lentes, cigarrillos, etc.

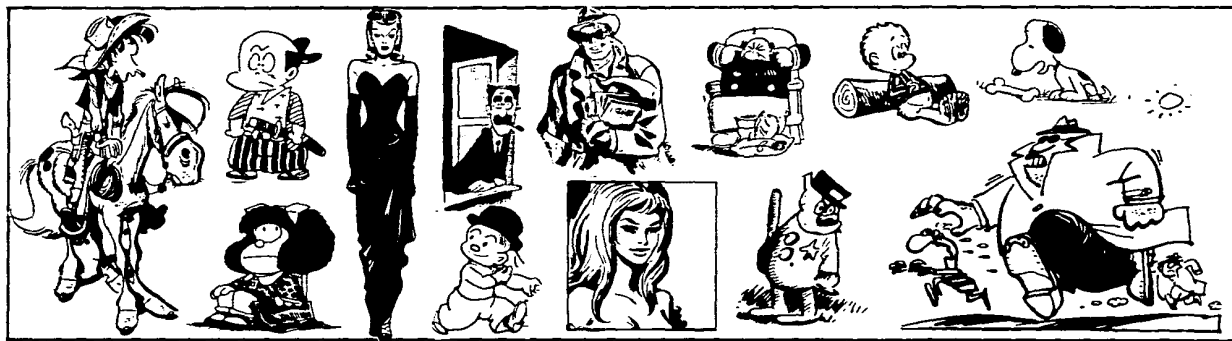
No debemos olvidar que podemos diseñar personajes "raros", tales como extraterrestres, duendes, seres mitológicos, etc.





Siendo los personajes lo más importante de la historieta, se debe elaborar todo un elenco de actores; los buenos, los malos, los personajes principales y los comparsas etc.

Se debe diseñar el tipo de personajes, que no sea una simple parte de la trama, sino que tenga una actitud propia e identificable, para que el lector se familiarice con él.

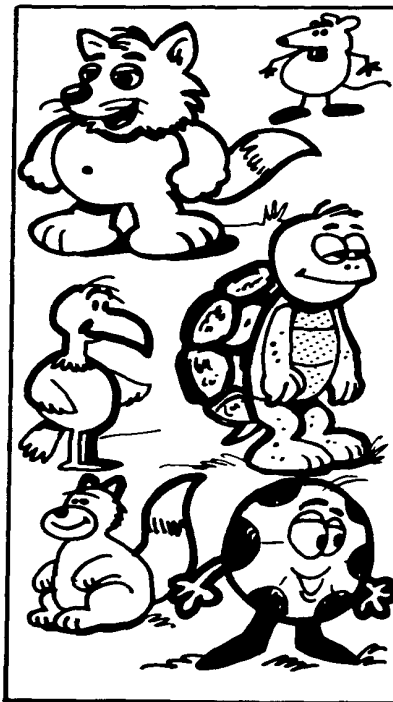


## d) Animales y Mascotas

En el caso de utilizar animales como personajes, estos se presentan casi siempre humanizados: caminan erguidos, hablan, y visten prendas humanas, y su actitud es humana casi siempre. Aunque a veces sólo algunos razgos son humanos, por ejemplo un caballo normal en todo, puede hablar.

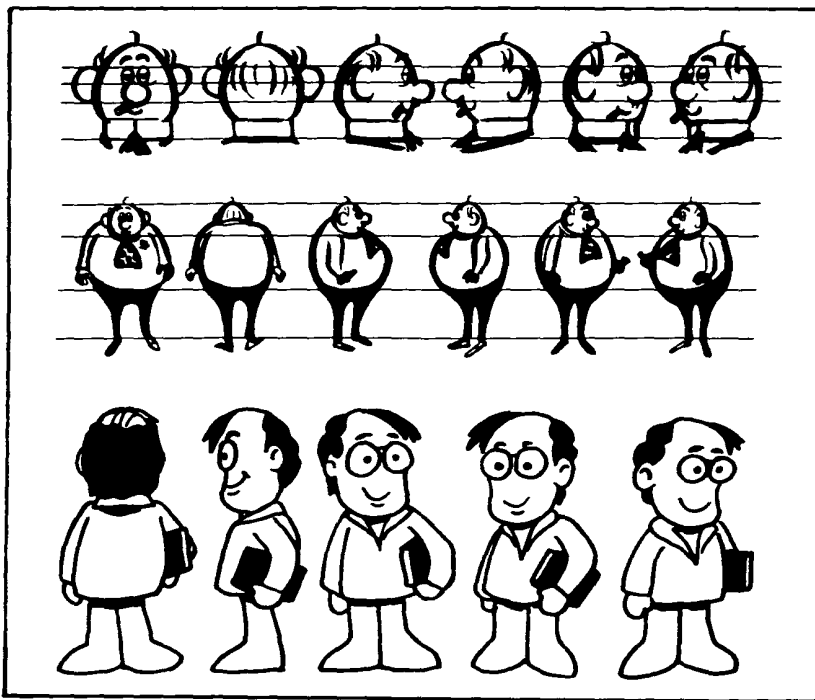
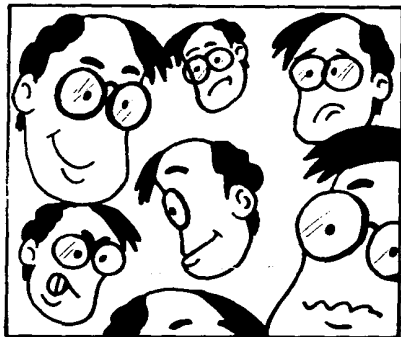
Si la historieta es publicitaria el personaje puede ser la mascota del producto, el consumidor (niños, por ejemplo) o el fabricante, o el mismo producto en versión humanizada.

En el caso de historietas realistas, los animales deben aparecer tal como son, para esto debemos buscar documentación adecuada en libros y revistas, especialmente imagenes en movimiento.



## e) El Dibujo

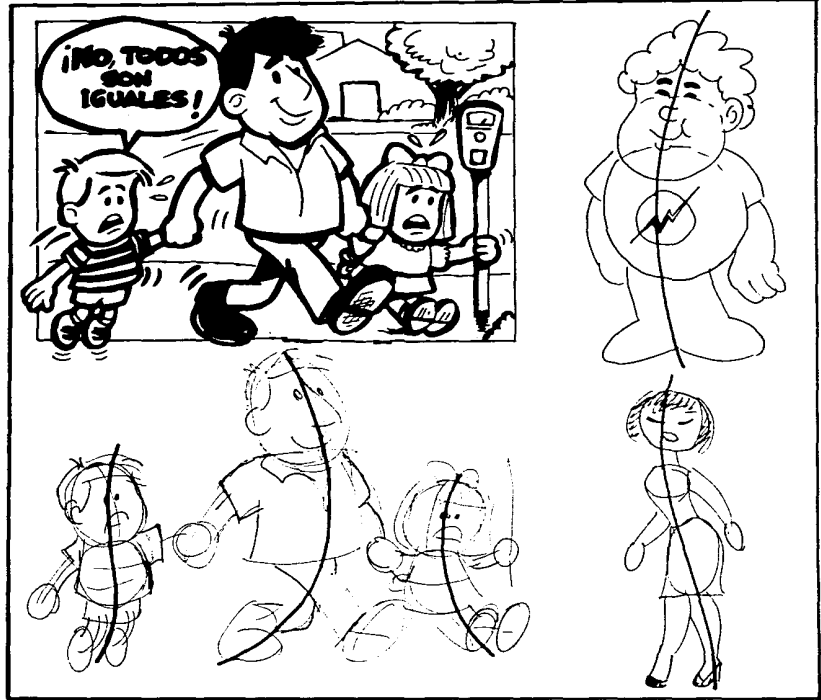
Una vez que se han diseñado el personaje debe dibujarse una y otra vez, esto con el fin de ir afinando los rasgos, familiarizarse con él, hay que dibujarlo en diferentes posiciones y actitudes, hasta llegar a "dominar" su construcción. situarlo en varios escenarios y lugares es muy recomendable, además de hacer los dibujos en diferentes tamaños.



## f) Movimiento

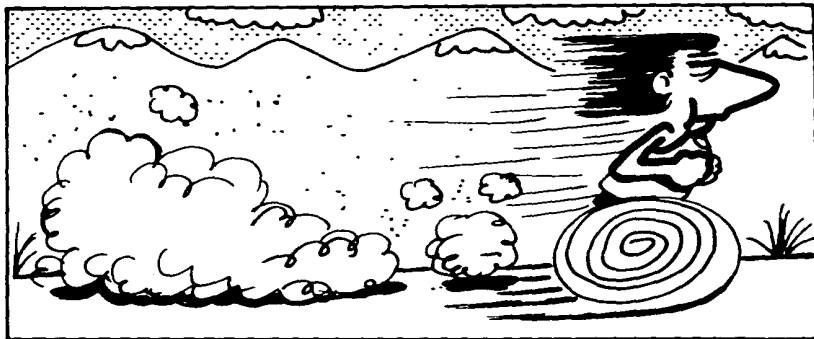
Debemos evitar a toda costa que el dibujo de nuestro personaje permanezca estático. Esto no quiere decir que debemos dibujarlo siempre saltando ó corriendo, puede estar una persona sentada, y sin embargo tiene un movimiento o "ritmo". Debemos dibujar con soltura para que no quede "duro".

Esto es muy importante, puesto que un personaje, aunque este muy bien diseñado, si no podemos darle movimiento, perderá toda gracia e interés . Para imprimir movimiento, debemos aprender a captar la imagen que tenemos en la mente, para que nuestro personaje, aunque esté parado, proyecte movimiento. Para esto resultan sumamente útiles las "líneas de movimiento", que son las que determinan las poses del personaje. Estas líneas siempre deben ser curvas y no rectas, para evitar que los monos se vean acartonados.





Otro recurso para imprimir ritmo al dibujo es despegar los "monos" del suelo, al brincar, correr, etc. También las líneas cinéticas y las nubes de polvo, las manos del personaje deben siempre estar haciendo algo, y no estáticas a ambos lados del cuerpo.



No se debe improvisar el movimiento mientras se está dibujando, es mucho mejor pensar la pose antes de empezar el dibujo, trazar las líneas y figuras geométricas auxiliares, y entonces detallar el dibujo.

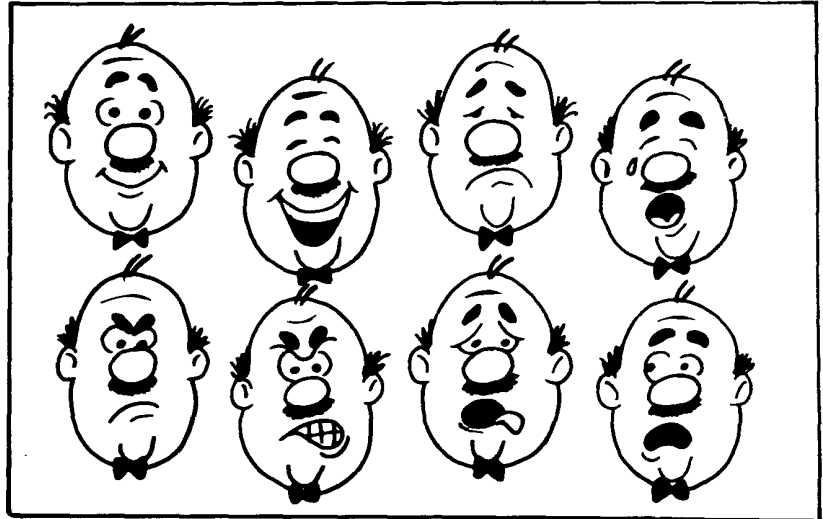
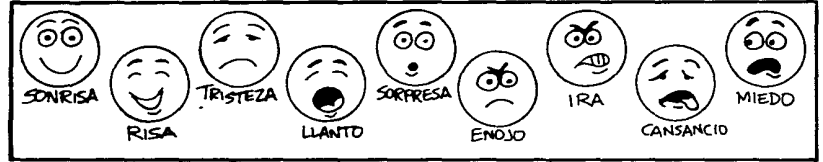


## g) Expresión

La expresión del personaje es tan importante como el movimiento. Una mirada, una contracción del rostro, una actitud burlesca o de espanto, muchas veces dice más que el mejor de los textos, por eso debemos de tratar de interpretar bien el guión, y decirlo con imágenes.

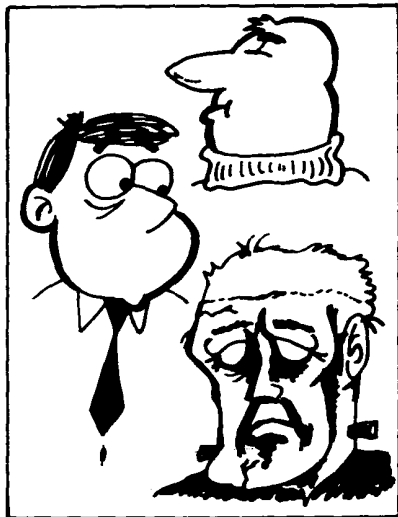
Los rasgos que intervienen principalmente en la expresión son las cejas, los ojos y la boca. Para lograr una buena expresión en nuestros personajes, podemos echar mano de las expresiones "clave".

Muchos historietistas recomiendan el uso de un espejo, para proyectar uno mismo las expresiones, y así "sentirlas" y poder dibujarlas mejor.





Se pueden hacer buenos efectos eliminando algunos elementos de la cara.



Pero no únicamente interviene la cara en el dibujo de una expresión, son muy importantes los ademanes y gestos de todo el cuerpo.

Para esto debemos observar las actitudes de personas reales, que se pueden exagerar al ser dibujadas.

Es importante poder hacer reír, llorar, sorprenderse, a un personaje de varias maneras distintas. Insisto en la utilidad de un espejo, y mejor; un modelo, aunque a la larga se debe dominar de memoria la expresión, pues es factor fundamental para mantener el interés del lector.

Para darle mayor efecto a una historieta se puede echar mano de la exageración, que consiste en enfatizar en mayor o menor grado un movimiento o expresión.



# 4. LA VIÑETA

En este capítulo presentamos todo lo concerniente a la elaboración de la viñeta o cuadro, que es la unidad mínima del comic, existen varios factores que se deben estudiar y tomar en cuenta, para obtener el mayor provecho en la comunicación gráfica. Hay que recordar que la sucesión de viñetas es lo que conforma una historieta.

## a) Composición

La composición artística debe explotarse al máximo en el dibujo de historietas, con el objeto de llamar la atención del lector.

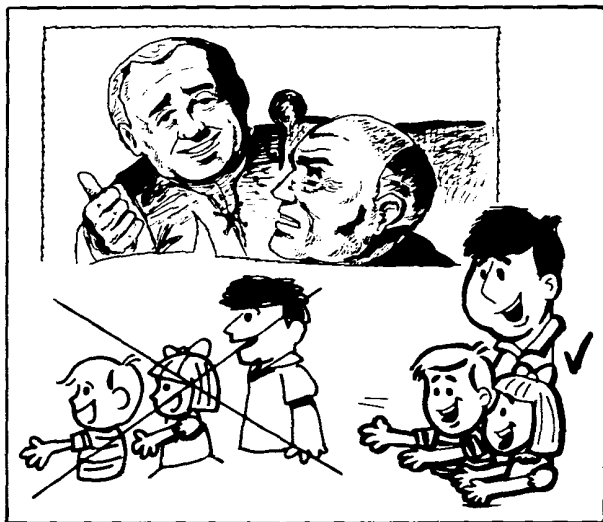
Se debe tratar de encontrar la unidad dentro de la variedad. Hay que evitar la monotonía y también la diversidad exagerada, ya que ambas hacen al lector perder el interés.

Para evitar que esto suceda debemos aplicar los principios de composición, al igual que en cualquier trabajo de ilustración, o diseño para lograr un resultado agradable en el acomodo de los elementos dentro de la viñeta.

**ESTUDIAR EL ENCUADRE:**  
La situación de los elementos de la imagen, la posibilidad de cortar las figuras los objetos, los cuerpos, con tal de obtener un mayor efecto gráfico.



**AGRUPAR Y SUPERPONER:** Es mejor que los cuerpos no queden separados, aislados unos de otros, sino superpuestos en planos sucesivos.



**REALZAR EL VOLUMEN:** Para esto es mejor dibujar siempre que se pueda, los cuerpos en posición de tres cuartos, vistos de frente, desde arriba o desde abajo, con esto se logra más variedad y realismo. Aunque también se logran buenos efectos con algunos perfiles.

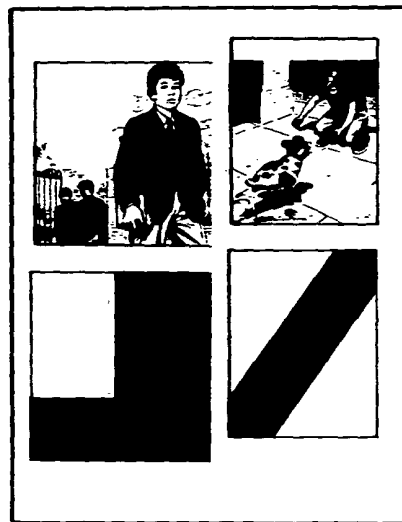
**COMPONER EN FORMA ASIMETRICA:**  
 La simetría por lo general es estática y aburrida, su uso en historietas es mínimo, ya que se aplica sólo a situaciones especiales para dar énfasis a una situación. Pero en general se usa la ASIMETRIA, que está mas ligada al movimiento.



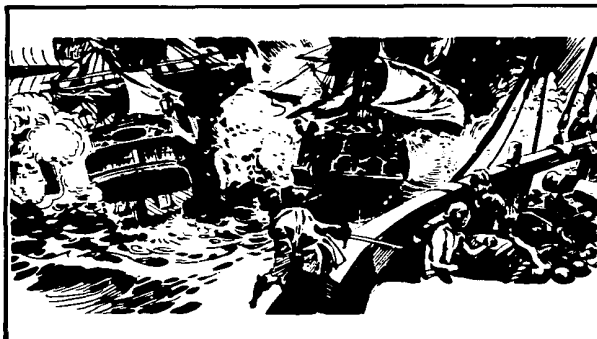
**USAR ESQUEMAS GEOMETRICOS:**

Todos los libros sobre ilustración hablan acerca de la geometría en la composición, ya sea para dibujos, pinturas, murales, etc. y la viñeta de la historieta no es una excepción.

Estos esquemas geométricos, reducidos a su mínima expresión se traducen en un triángulo, cuadrado, círculo, etc. y también se pueden usar los "esquemas tipográficos", o sea componer sobre esquemas formados básicamente por letras mayúsculas tales como C, J, L, S, Y, Z, etc.



**USO DE CONTRASTES:** Los valores básicos dentro del dibujo de historietas son el blanco y negro, con ellos han de lograrse efectos o formas para que, en contraste con el blanco den mayor variedad y riqueza al diseño. Debemos de calcular el "equilibrio de masas", o sea distribuir equilibradamente las manchas de negro y blanco, con el fin de compensar el "peso" de las zonas clara y las oscuras.



## b) Iluminación

En el dibujo de historietas la iluminación es importante, puesto que ayuda mucho a realzar las imágenes. Tanto en dibujo humorístico como realista, la forma de iluminación mas apropiada es la de dirección frontal lateral, aunque existe plena libertad para que el artista utilice formas de iluminación arbitrarias, e incluso falsas, con tal de lograr un efecto determinado.

También se puede recurrir al uso de siluetas, en masas de negro puro sobre fondos claros, o viceversa, que contribuyen a centrar en ellas el interés del dibujo, y variar la composición. Estas siluetas funcionan mejor en planos alejados, que permiten realizar el contorno de la figura completa.



## c) Planos, Perspectiva, ángulos y encuadres

### PLANOS.

El cambio de "planos" consiste en acercar o alejar un objeto o imagen con respecto a la vista del lector, verlo cerca ó lejos. Esta técnica proviene del cine, y es muy útil en el dibujo de historietas.

Existen diferentes denominaciones para los tipos de planos, pero básicamente se puede decir que estos son los principales:

### PLANO GENERAL ALEJADO.

Nos presenta una vista generalizada, tal como un paisaje, una ciudad, un valle etc. visto sin detalles, los personajes pueden aparecer en siluetas. Su uso es mas bien limitado en el dibujo de historietas.



CASHIRO, EXPULSADO DE LA ESCUELA POR MUNAR, COMPAÑERO DE DOPITRE Y CADERIAS, ¿TE VIENES A POR BARDILLOS... ?

### PLANO GENERAL.

Es una vista más cercana, donde ya se aprecian bien las características de los personajes, aunque sin muchos detalles, se muestran los escenarios donde actua el personaje. El ángulo visual es más bien elevado.



**PLANO MEDIO.**

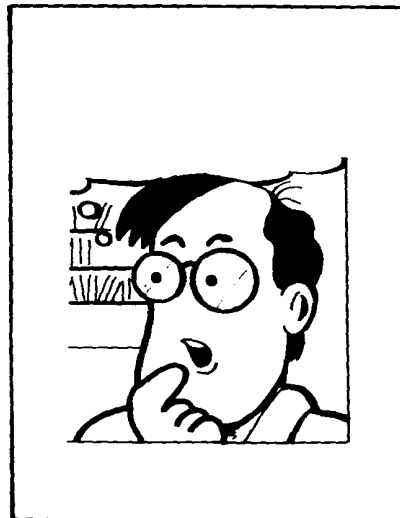
Presenta las figuras de cuerpo entero, pero sin mucho espacio ni detalles a su alrededor, únicamente los necesarios para determinar su ubicación.

**PRIMER PLANO.**

Presenta la cara desde los hombros, para apreciar mejor los rasgos y expresiones faciales. También puede presentar los pies, una mano, un objeto (por ejemplo un teléfono, una nota, una pistola)

**PLANO AMERICANO.**

Algunos lo consideran como una variante del anterior, presenta al personaje o personajes vistos a la altura de la cintura, pudiendo bajar o subir una poco esta vista. Este y el anterior son los planos más usados en historieta, por sus posibilidades narrativas, ya que permiten apreciar bien al personaje, y mostrar los escenarios.



### PRIMERISIMO PLANO, O PLANO EN GRAN DETALLE.

Es un primer plano más próximo todavía, aparece una parte del rostro, el cañón de una pistola. Se debe usar poco, para ilustrar expresiones o detalles especiales.



Para la elección correcta del plano que se debe utilizar, debemos tomar en cuenta que al acercarnos a un sujeto, ilustramos algo que dicho sujeto está haciendo o una característica especial, y si nos alejamos de él, damos menos importancia a lo que esta haciendo al presentar dónde lo hace, con quien y demás detalles de la escena.

Por ejemplo si presentamos a un hombre corriendo, en plano general, alejado, mostramos donde corre; si hay más gente, el tipo de construcciones, árboles, etc., expresaremos un hecho que ocurre en un lugar y en determinadas circunstancias.

Si lo presentamos en plano medio, más cerca, ocupando su cuerpo casi todo el cuadro, nos vamos más a la idea del hombre corriendo, sin importarnos mucho donde lo hace.

Si dibujamos al mismo hombre en primer plano, viendo su cara, con expresión de cansancio y agotamiento, estamos dando un énfasis particular a éste hecho.



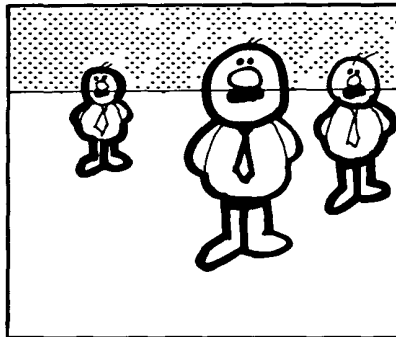
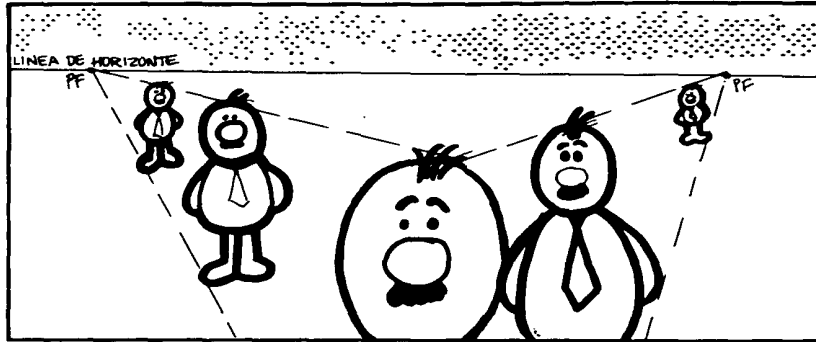
### PERSPECTIVA

En los planos generales y medios, donde aparece el fondo y los personajes de cuerpo entero, no debemos olvidar la perspectiva. La línea de horizonte puede o no estar marcada dentro del cuadro, pero siempre existe, y los elementos deben tener sus puntos de fuga en un mismo horizonte.

Dependiendo del tipo de comic se puede hacer más o menos realista la perspectiva, siempre tratando de lograr efectos agradables.

Una forma sencilla de lograr una perspectiva es trazar una línea de horizonte, un punto de fuga. A partir de una figura "clave" se fugan las demás.

También se pueden "colgar" las figuras en el horizonte o hacer que caminen sobre éste.



### ANGULOS Y ENCUADRES

El uso de los diferentes ángulos visuales ayuda a comprender mejor los cuerpos, además de que una visión cambiante encierra un mayor interés.

Esto significa presentar los personajes y objetos vistos desde arriba, desde abajo, un lado u otro lado, como si en el cine subieran o bajarán la cámara, la movieran de un lado a otro para dar variedad a la escena, y explicar mejor lo que ocurre.

El encuadre es la situación ó posición de los elementos de la imagen dentro del cuadro. Este debe ser cambiando a menudo para evitar la monotonía. Si en el guión aparecen dos personajes hablando, y la conversación dura 3 cuadros, hay que variar el encuadre presentándolos en un cuadro de perfil, en otro uno visto de frente y otro de espaldas, en otro cuadro invirtiendo los términos, viendo ahora de frente al que estaba de espaldas etc. Esto le da variedad a la historieta.



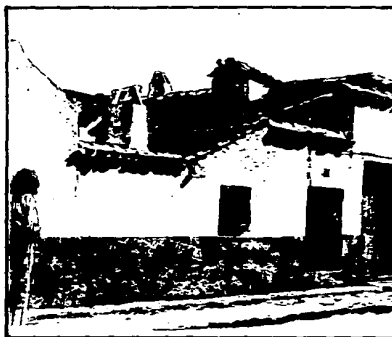
## d) Fondos y Ambientes

La importancia de los fondos y ambientes varía según el guión de cada historieta, los personajes deben "moverse" en los escenarios o fondos adecuados, pues estos son los que dan ambiente al dibujo.

Para el dibujo de los fondos, según los temas, es necesario documentarse en mayor o menor grado, dependiendo del tipo de historieta.

En el dibujo humorístico o historieta cómica se pueden lograr buenos efectos con fondos hechos arbitrariamente, mientras que en el comic serio o realista, es necesario representar la imagen con mayor veracidad.

En algunos casos, por ejemplo en el primer cuadro de una historieta, se puede presentar el fondo prescindiendo de los personajes.



La ambientación, además de los paisajes y fondos, incluye máquinas, automóviles, animales y objetos característicos de la época y región donde se desarrolla la trama, lo cual le da una mayor efectividad al comic. Para esto también es necesario documentarse según la historieta de que se trate. Una historieta histórica requiere mucha más investigación que una cómica que se desarrolla en época actual.

## e) Montaje

El montaje en lenguaje de historietas, se refiere al acomodo de las viñetas dentro de la página o tira. Cada viñeta significa un espacio de tiempo narrado, por lo que el artista puede agilizar o retardar las acciones y eliminar elementos que se sobreentiendan, para que el lector haga una aportación uniendo las partes mentalmente, por ejemplo, el caminar un personaje de una habitación a otra. Esto se llama elipsis, y contribuye a que la narración mantenga un ritmo y se conserve el interés del lector.

Con respecto al orden de la secuencia de viñetas, debemos seguir el orden lógico de lectura, que va de izquierda a derecha y de arriba a abajo.

Dentro de este orden podemos obtener muchas variantes para lograr un diseño agradable y efectivo, cuidando mucho de no intentar hacer acomodados rebuscados que confundan al lector.



# 5. TEXTOS Y EFECTOS

Este capítulo presenta el manejo de las expresiones de los personajes, el uso de textos y efectos especiales.

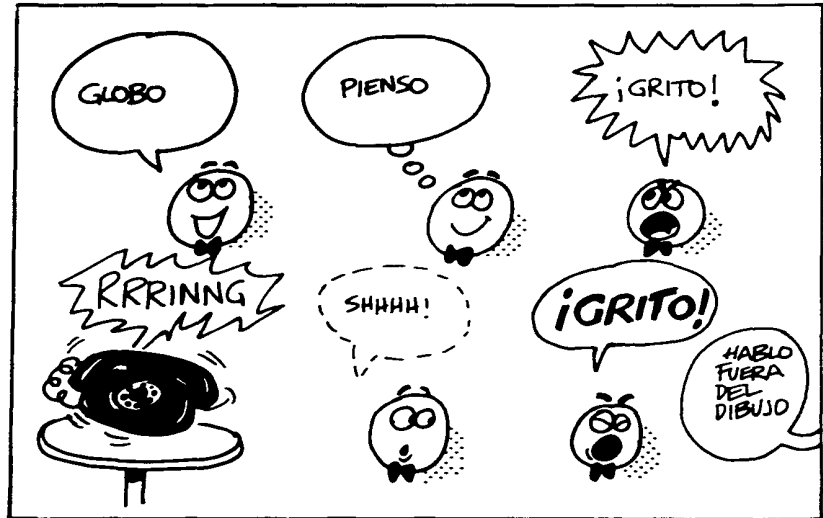
inferior del globo tiene estalactitas: frío, indiferencia, si tiene líneas punteadas en su contorno: susurro, hablar bajo. También en el tamaño de la letra significa volumen alto o bajo.

A veces se dibujan varios globos unidos entre sí, saliendo de un personaje, esto significa pausas al hablar. Cuando en un mismo globo salen deltas hacia varios personajes, significa hablar colectivo.

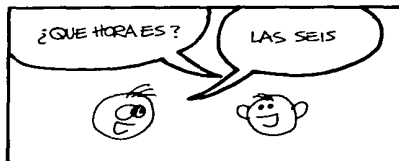
## a) Globos

El "balloon" o globo es básicamente una nube con una cola, dentro de la cual existen signos, palabras, etc. La cola o "delta" lo une hacia un personaje, de esta forma el dibujo "había" Según el tipo de contorno del globo, es el significado del mismo, cuando en lugar de la delta aparecen pequeños círculos, se le llama bocadillo ó globo tipo burbuja, y significa imaginación, recuerdos, sueños, etc.

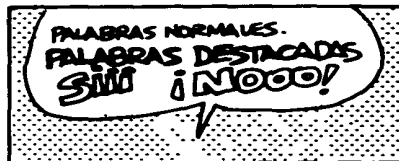
Cuando tiene perfil de arista: furia, grito, forma de rayo: teléfono, aparatos, robots, etc, si la parte



Casi siempre se coloca el globo encima o a un lado del personaje, pero a veces se usan globos cruzados cuando esta alterado el orden.



Dentro del globo pueden ir textos o imagenes ( metáforas visuales) estos textos pueden ser rotulados a mano, que es lo más recomendable, o se puede usar tipografía, pero esto le quita carácter y originalidad. Se debe tener mucho cuidado con la distribución para lograr un efecto agradable. La letra no debe llegar demasiado cerca del borde del globo, hay que evitar cortar las palabras, y por lo general se utilizan unicamente letras mayúsculas, tipo "palo seco" (sin "serif"), con poco espacio entre letra y letra.



Se aumenta o se hace más gruesa para destacar algunas palabras o frases.

En algunas editoriales y estudios de historietas existen personas especializadas en rotular, pero un buen historietista debe ser capaz de rotular sus propias historietas.

Cada autor tiene su estilo especial de hacer los globos, aunque siempre cumplen la misma función. Cuando la historieta está destinada a ser traducida, se dejan los globos en blanco, para que cada editorial los coloquen en el idioma correspondiente.



## b) Textos

Los textos dentro de una historieta se presentan en un cuadro o rectángulo enmarcados dentro de la viñeta.

Se le llaman cartuchos, y pueden estar también entre dos viñetas. Se rotulan igual que los globos, y sirven para presentar un texto narrativo, explicando ó aclarando algún hecho ó situación determinada.



EL ABAD NO QUERE CONTESTAR PERO EL COCINERO REPETE LA PREGUNTA Y ABADIE:

YO PUEDO AYUDARLE A USTED. SOY SOLAMENTE SU COCINERO PERO YA SABE QUE UNA PIEDRA MUY PEQUENA PUEDE MOVER LAS GRANDES CARRETAS.

POR FIN, EL ABAD LE EXPLICA LA CAUSA DE SU TRISTEZA. EL COCINERO PIENSA UN MOMENTO Y DICE:

LA COSA ES MUY FACIL, SI USTED ME PRESTA SU ROPA, ENTRA ESTA NOCHE EN EL PALACIO, Y LE PROMETO QUE PUEDO AYUDARLE A QUEDARSE AQUI TODA LA VIDA.

EL ABAD, MUY CONTENTO DA SU ROPA AL COCINERO.

¿COMO ESTA USTED SEÑOR ABAD?

DESEO CONTESTAR LAS PREGUNTAS AHORA.

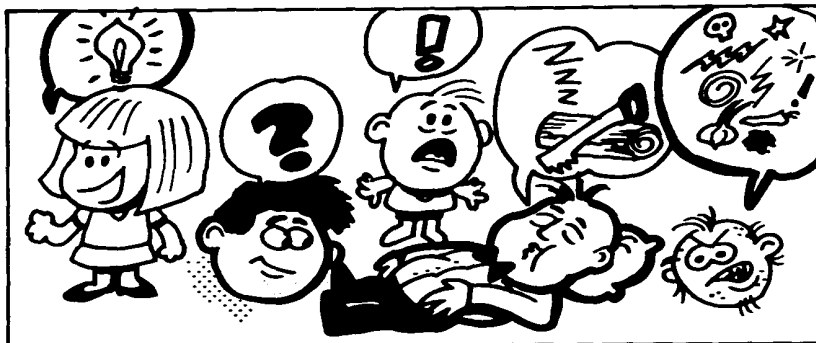
¿BUENO, CUMLES SON LAS CONTESTACIONES?

POR LA NOCHE, ESTE ENTRA EN PALACIO, EL REY CREE QUE ES EL ABAD Y EXCLAMA:

## c) Metáforas Visuales

Son imágenes simbólicas que representan acciones situaciones o efectos.

Las metáforas visuales, que apoyan al dibujo, y pueden o no ir en un globo.



Foco prendido = Idea "luminosa"

Cráneo y dos tibias = muerte

Tronco y serrucho = sueño, dormir

Corazón = amor

Culebras, Cohetes, sapos, cebollas = palabras malsonantes

Interrogantes o signos de admiración = duda, sorpresa

Humo negro = coraje

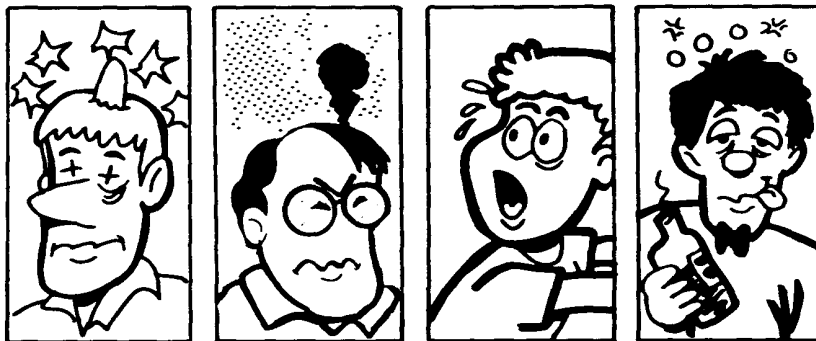
Gotas de sudor = estupor, miedo nervios

estrellas = efecto de un golpe

Bolitas = mareo, borrachera

Líneas barridas = movimiento

Las onomatopeyas y metáforas cumplen, además de su papel explicativo, un papel estético.



## d) Onomatopeyas

Las onomatopeyas son palabras dibujadas que sugieren al lector ruidos ó acciones. Muchas tienen origen norteamericano.

Ring = timbre

Crack = quebrar

Pum = balazo, explosión

Bang = balazo

Bong = Campanazo, choque

Rata ta ta = disparos de ametralladora

Ssss = acción de apagar con agua, serpiente

Paff = golpe con la mano

Slam = portazo

Grrr = gruñido

Booom = explosión

Clap-clap = aplausos

screech = frenos

Crunch = mordida, crujir

Zoom = velocidad

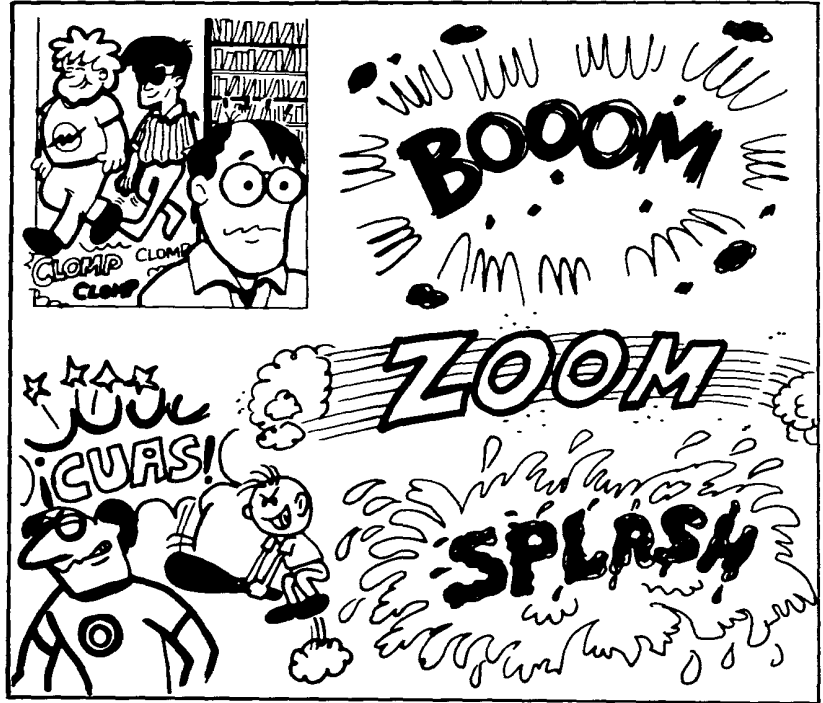
Klong = golpe de objeto metálico

Roarr = ruido de motor de velocidad

Chin = golpes

Cuas = golpes

Splash = agua



## SONIDOS INARTICULADOS

Ouch = dolor momentaneo

Auff = frío

Mua = beso

Mack = beso

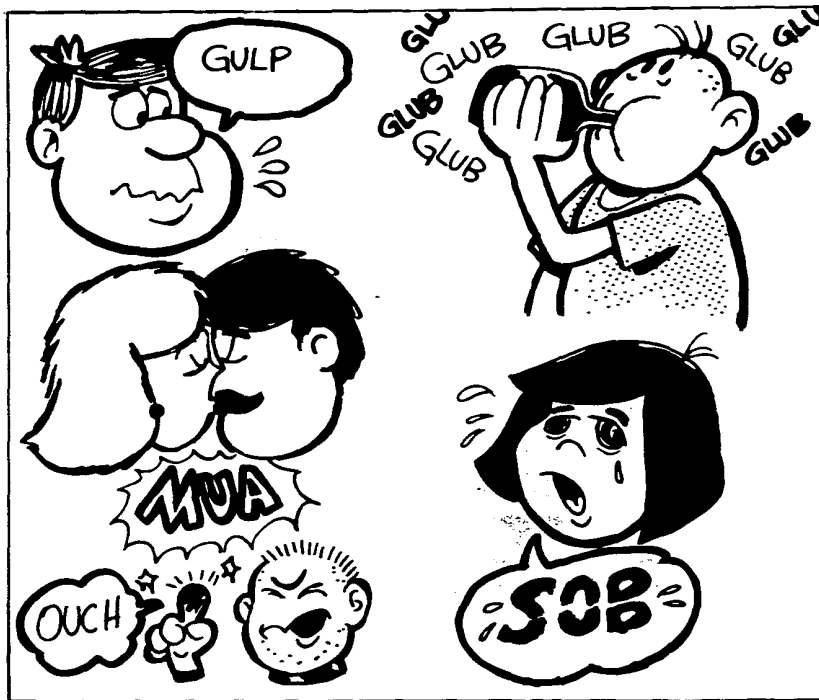
Sob = llanto

Gulp = pasar saliva por miedo o nerviosismo

Glub-Glub = beber, ahogarse

Se pueden dibujar a mano o usar letras transferibles a veces.

El autor del comic puede inventar sus propias onomatopeyas, pero deben ser muy especiales y efectivas, para que el lector las identifique y se familiarice con ellas.

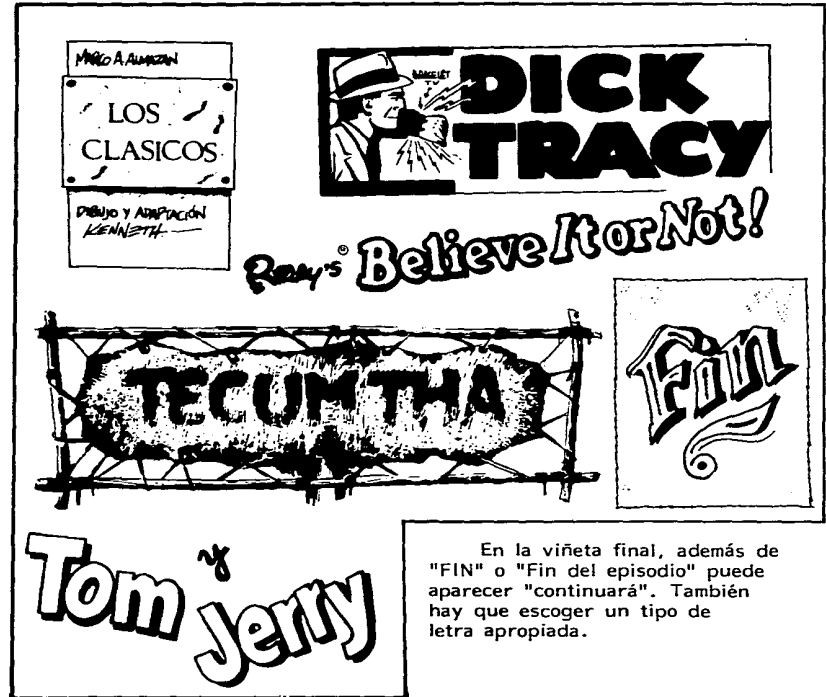


## e) Títulos

Los títulos de las historietas se llaman cabeceras, pueden ser hechos a mano, tipografía o usar letras transferibles. Aparecen casi siempre en la 1a. viñeta, aunque a veces transcurre una escena antes de dar a conocer el nombre. El título aparece dibujado con un tipo de letra característico relacionado con el tema. En las páginas dominicales se incluyen a veces dibujos de los personajes junto a las letras del título.

Cuando la historieta se presenta en episodios el título se repite, junto con un resumen del capítulo anterior (en cartucho).

Dentro del cuadro pueden aparecer los nombres del autor y artista del comic.



En la viñeta final, además de "FIN" o "Fin del episodio" puede aparecer "continuará". También hay que escoger un tipo de letra apropiada.

# 6. EL ORIGINAL

En este capítulo tratamos lo que se refiere a la elaboración del original, aplicando lo visto en los capítulos anteriores.

## a) Métodos

Una vez que se tiene familiaridad con el guión técnico lo mejor es hacer un boceto, para plasmar la idea y trabajar sobre ella. En éste boceto debemos planificar el montaje, el número de viñetas por página, los encuadres etc., así como los globos, textos y efectos que van en cada viñeta. En este boceto se realizan las correcciones necesarias, hasta llegar a una solución efectiva, y se traza en un papel cualquiera, que aguante las correcciones. Este boceto preliminar puede ser de mayor, o menor tamaño que el original, pero es mejor, hacerlo del mismo tamaño, para no perder proporciones.

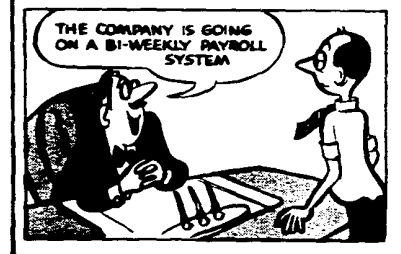
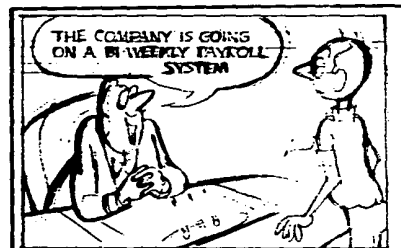


Quando se tiene el boceto con la idea general, se procede a trazar, -ya en el papel apropiado- los cuadros y las líneas de guía para la tipografía (con lápiz), luego se traza el boceto definitivo tal y como debe quedar, así como los textos de los globos y títulos. Esto puede ser trazado con lápiz azul ya que no registra en OFFSET, y evita tener que borrar.

Para hacer el boceto del original, es bueno realizar las figuras humanas por pasos, utilizando líneas auxiliares, de movimiento, envolventes etc. para lograr dibujos atractivos. También hay que planear las zonas que irán en negro.

Es bueno tener un papel corriente a la mano para bocetar y trabajar las figuras difíciles.

El siguiente y último paso es entintar el dibujo y el texto, rellenando las plastas, aplicando pantallas y borrando el lápiz si es necesario. Igual que cualquier original para reproducción.



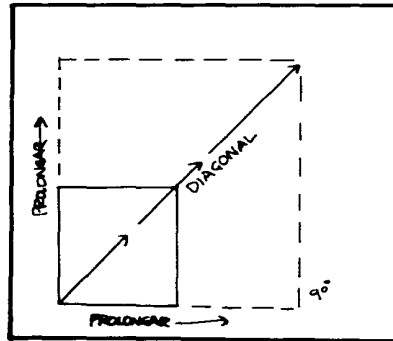
Algunos artistas utilizan otros métodos, como entintar directamente, usar recortes o ilustraciones ya hechas, pero el método principal es bocetar y entintar. También se puede calcar del boceto al original con papel pasante.

## b) Tamaños

En historietas y tiras cómicas los dibujos originales siempre se hacen más grandes de lo que medirán al aparecer publicado. Esto constituye una gran ventaja para el artista, ya que es más fácil dibujar en un tamaño grande, que tratar de hacer dibujos pequeños además de que al reducirse fotográficamente, se afinan los trazos y se pierden las pequeñas imperfecciones en el dibujo.

El tamaño, del original varía según las diferentes publicaciones, pero generalmente es a un 40% más grande de lo que aparecerá en el original. Existen publicaciones que reciben originales de tamaños variables reduciéndolos al tamaño adecuado, lo mejor, en caso de tener dudas, sería preguntar al responsable del formato de la edición.

Para dibujar al tamaño correcto, lo más práctico es sacar la proporción por medio de una diagonal, partiendo del tamaño de la reproducción, se traza la línea diagonal que se corta al tamaño deseado, cerrando luego el recuadro con líneas verticales y horizontales, logrando así una perfecta reproducción a escala mayor.





## c) Técnicas y Materiales

El secreto para un buen dibujo de historietas reside en la técnica para entintar. Desde luego que si no se tiene un buen boceto es imposible lograr un buen dibujo, pero la manera de aplicar la tinta es fundamental.

Para esto se requiere cierta habilidad y destreza, además de práctica, mucha práctica. No existen fórmulas, cada artista o diseñador usa su propia técnica y estilo, logrando darle así personalidad a sus dibujos.

El truco está en haber dibujado mucho, para poder ilustrar con seguridad, sin preocupaciones del trazo, y así poder dedicarse más a la construcción y expresión de cada figura.

Hay que dibujar despacio, sin prisas, poniendo nuestro mejor esfuerzo en cada cuadro.

En cuanto a los materiales que se utilizan, son muy variados también:

### LAPICES

De preferencia deben ser suaves y fáciles de borrar, y hay que mantenerlos siempre con buena punta.

### GOMA

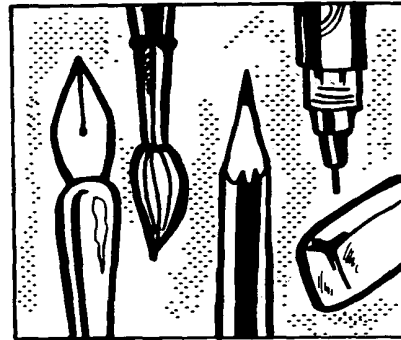
O borrador, debe ser blanda, para que no levante el papel.

### PINCELES

Deben ser de buena calidad. Existen muchos tipos, marcas y tamaños de pinceles, los más utilizados en historietas son el 2,3 y 4, y pueden usarse tanto para trazar, como para rellenar fondos.

### PLUMAS

Si prefiere entintar con pluma existen también muchos tipos y tamaños. Las llamas "plumillas de dibujo" son efectivas, así como, el "graphos" las plumas "speedball", y los estilógrafos, que se usan según el tipo de dibujo y los gustos del autor, además de que sirven también para rotular y enmarcar los cuadros.



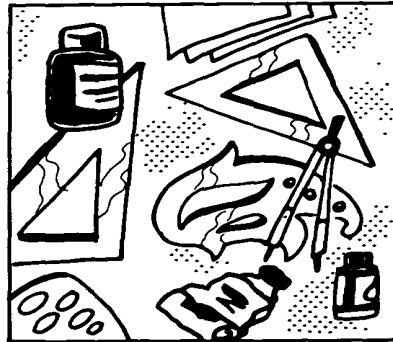
**PAPEL**

Se debe escoger cuidadosamente el papel, para obtener calidad en los trabajos.

Debe ser un papel liso o satinado y que no se levante al borrar. Existen varios tipos y de diferentes grosores, tales como opalina, couché, primavera, ilustración, etc. En caso de hacer aguadas se debe utilizar un papel absorbente; acuarela, fabriano etc. También se usa el papel calca o mantequilla para cubrir y proteger los trabajos, y a veces para indicar las tramas. (ver más adelante color y tramas). No debemos olvidar papel común para bocetos.

**ESCUADRAS, COMPAS Y PLANTILLAS**

Las escuadras se usan al trazar los marcos de los cuadros, o líneas rectas dentro del dibujo y el compás y las plantillas para hacer ángulos, ovalos y curvas que requieran gran precisión, no se deben usar demasiado, ya que el dibujo pierde espontaneidad.

**TINTA.**

Debe usarse tinta china indeleble y de negro intenso, y hay que cuidar de no "agrisar" los trazos al borrar el lápiz.

**CORRECTOR.**

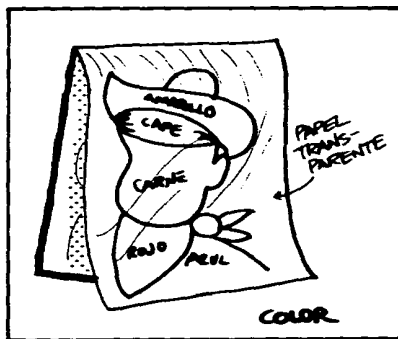
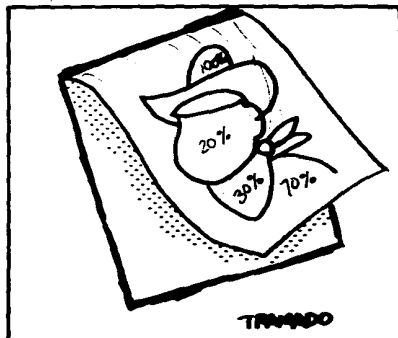
Es blanco y viene en enfrasquitos con pincel aplicador, es muy útil para corregir pequeños errores. Se puede usar gnauche blanco también.

## d) Color y Tramas

Como ya vimos, el artista no pinta él mismo sus imágenes, sino que se limita de dibujarlas en blanco y negro.

El color se les aplica a las historietas al imprimirlas. Existen historietas a una tinta (blanco y negro), a dos tintas (duotono) y a cuatro tintas (a todo color). Se imprimen en offser o hueco offset, y los colores se superponen unos a otros, logrando combinaciones variadas, esto lo hace el impresor o grabador, basándose en una guía que le proporciona el historietista.

Esta guía de color es un papel superpuesto al original, donde está indicado cada color, en zonas uniformes o sea, con colores planos, y trabajados con una gama restringida, es decir usar uno o dos tonos de cada color únicamente partiendo siempre de la mezcla de los 3 colores primarios y el negro.



Se utiliza casi siempre la acuarela para este propósito.

El coloreado del original directamente se hace sólo en casos de reproducciones finas y costosas, utilizando aguadas, se reproduce por medio de filtros especiales.

Para indicar al grabador las partes que han de ir tramadas (puntos, rayas, manchas, colocados uniformemente para dar sensación de sombras y texturas) se puede usar el sistema anteriormente descrito (superponer un papel) e indicar las zonas tramadas en el mismo.

También se pueden indicar en el mismo original, con lápiz azul claro, ya que este no registra en offset.

Se debe indicar el porcentaje, o sea la intensidad de la trama, más clara o más oscura.

También se pueden usar tramas autohaderibles, se pegan directamente en el original.

## e) Portadas

Para hacer el diseño de una portada de historieta, debemos recordar que el móvil de compra de una revista es precisamente la portada. Por esto hay que poner especial cuidado en el diseño de esta para lograr un impacto en el posible comprador.

Lo más indicado es ilustrar una escena de la historieta, o algún personaje de la misma, tratando siempre de que el dibujo llame la atención del público al que va dirigido.

Se puede realizar la ilustración a gouache, acuarela, óleo, pastel, tinta china etc, para ser reproducida fotográficamente, ó se puede hacer el contorno a tinta china, indicando al impresor los colores que ha de llevar (al igual que para las páginas interiores), este último método resulta más económico.



No debemos olvidar el logotipo del comic, el cual debe llevar un tipo de letra apropiado y distintivo, que sea atractivo y fácilmente identificable por el público lector. Este se coloca en la parte superior de la porta.

Otros datos que aparecen seran la marca de la editorial, el precio y el número de serie, y a veces el autor del comic.

Las portadas se imprimen en el papel diferente a del resto de la historieta, casi siempre satinado y brillante, y esto contribuye a un efecto más llamativo e interesante para el comprador.

Las contraportadas y los interiores de las portadas se utilizan casi siempre para usos publicitarios los cuales muchas veces se presentan también en forma de historieta.

También debe incluirse la información editorial (editor, fecha, registro, etc.), esto va con letra pequeña en la parte inferior de una página, o cuadro, si se trata de una tira de periódico.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

## f) Impresión y distribución

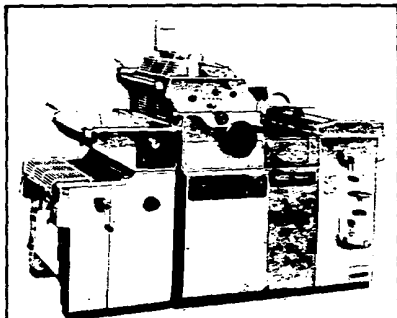
La impresión de historietas se realiza por lo general en offset, por pliegos o rollos en bobina, dependiendo del tiraje.

La calidad del papel es variable y vá desde el papel periódico o revolución (en tiras cómicas diarias y dominicales y revistas populares) hasta los papeles couche y marquilla en libros y ediciones especiales.

La impresión puede ser a todo color (cuatricromía) en dos tintas (duotono) o a una sola tinta; tramados, medios tonos, etc.

La encuadernación puede ser por medio de grapas o pegamento, según el grueso del libro y la calidad de la edición.

Una vez impresa la revista o tira, se distribuye. En caso de ser tira cómica, por medio de los sindicatos se reparten copias a todos los periódicos afiliados.



Si es revista, esta se manda a distribuidores locales en cada ciudad, que por su parte las reparten a los voceadores, los que la venden directamente al público, y en el caso de libros se distribuyen también a librerías y tiendas especializadas.

La historieta, pertenece a los medios de comunicación masiva, por lo que los tirajes de revistas de este género son por lo general muy grandes, llegando incluso a veces a cifras de millones.



# 7. CONSEJOS PRACTICOS

Este capítulo representa una serie de consejos y recomendaciones prácticas, que contribuirán a facilitar la elaboración de una buena historieta.

## DIBUJE EN LA POSICION CORRECTA

Para dibujar, la mejor posición es la que permite ver el dibujo perpendicularmente, tal como un caballete, o un restirador inclinado. Esto es mejor para la columna vertebral y para la vista; también hay que cuidar la posición de la mano. Antes de pasar a tinta los dibujos, es bueno levantarlos y mirarlos de frente, para asegurarse de que no esten distorsionados.

## ANALIZE LOS BUENOS COMICS

Para lograr un dominio de la técnica de la historieta hay que analizar los buenos comic.

Estudiar el dibujo, el diálogo, la composición, movimiento etc., así como las técnicas de entintado. Esto es muy util para formar un criterio crítico y autocrítico.

## PRACTIQUE

La práctica diaria es muy importante en dibujo de historietas (al igual que cualquier tipo de arte y diseño). Esto le va dando al dibujante su propio estilo, y mayor soltura al dibujo.

No se desanime, persevere en su empeño. Una buena historieta siempre recibe el reconocimiento a sus méritos, sociales o comerciales.

## LEA

Estudie todo lo que pueda acerca de ilustración y dibujo.

Procure leer libros y revistas acerca de historietas, estudios, críticas, bibliografías, análisis, etc. Nunca se termina de estudiar ni de documentarse sobre este interesante tema.

## NO COPIE

Evite copiar o "fusilar" otras historietas. Al hacerlo solo usted se perjudicará. Se pueden tomar ideas sobre composición e ilustración, o expresiones y movimientos de los personajes, pero la idea principal debe salir de nuestra propia inspiración.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA



## RELACIONESE

Trate de entablar relación con profesionales vinculados a la historieta; ilustradores, dibujantes, caricaturistas, guionistas etc. que le puedan aconsejar y ayudar con sus historietas. También es bueno conocer imprentas, editoriales y agencias de publicidad, que muchas veces requieren de historietas.

## TRABAJE POR ADELANTADO.

No deje el trabajo para "despues" cuando se hacen historietas, al igual que cualquier diseño, lo más puntualmente posible, con el fin de evitar retrasos en las entregas si surge algún imprevisto.

Lo mejor es tener las entregas adelantadas 2 ó 3 semanas, por si existe algún impedimento para trabajar, no quedar mal con la editorial o periódico.

**TENGA CUIDADO CON LOS TEMAS.**

Hay que cuidar los guiones, y los dibujos, mantener un nivel de calidad y ética. Nunca utilizar recursos vulgares o de mal gusto, ni ofensivos para el público, cuidando también el lenguaje de los personajes. Se pueden utilizar toda clase de efectos realistas e imaginarios, pero siempre hay que tener muy en cuenta el nivel social, cultural y económico al que va dirigido el mensaje gráfico, puesto que los criterios cambian. También es importante la edad del público, ya que es muy diferente una historieta para niños, que una para adultos, o una para todo público.

**EVITE ERRORES**

Existen algunos errores típicos entre los principiantes, tales como invertir los diálogos de los globos.

El "BARROQUISMO", o sea afán de llenar a como de lugar todo el espacio.

O buscar formatos "originales", demasiado rebuscados, que sólo crean confusión en el lector.

**LIMPIEZA.**

Trate de que sus dibujos queden siempre lo más limpios posibles. Es bueno colocar un papel limpio bajo la mano al dibujar, esto evita el roce de la mano y posibles manchas. También es bueno colocar un papel transparente sobre los originales, pegado en el borde superior (se le llama "camisa") en el cual se marquen las tramas y colores, y mantenga limpio el dibujo.

# 8. EJEMPLOS

## a) Publicitaria

En el diseño de esta historieta se utiliza la mascota del producto, un pequeño eskimal, así como el cliente al que vá dirigido el anuncio: los niños y el papá.

Se presenta también una proposición de logotipo nuevo para la marca de los helados "Eskimo".

Se elaboró un guión sencillo y los bocetos a lápiz.

Este tipo de historietas publicitarias de una sola página está destinado a aparecer en las revistas de historietas, en periódicos, y revistas de otros géneros. Aparece como si fuera cualquier otro anuncio de prensa, ampliándose o reduciéndose dependiendo del la publicación.

Generalmente estos anuncios en prensa apoyan campañas publicitarias en otros medios como cine radio y T.V. en las cuales se utilizan los mismos persoanjes "slogans", etc.

Como ya se vio anteriormente, para la publicidad en forma de historieta se necesita aplicar las mismas bases que para cualquier tipo de publicidad, tales como estudios de mercado, socioeconómicos, etc.





## b) Cómica

Para diseñar ésta historieta se elaboró el guión a partir de una adaptación (guión literario) hecha del texto original de Marco A. Almazán.

Se distribuyó el número de cuadros para página, la distribución de textos, planos, encuadres etc. en boceto a lápiz. Se calcó luego este boceto en el papel original (con lápiz azul) y el siguiente paso fue rotular y entintar.

Este tipo de historietas ofrecen mucho menor grado de dificultad que las realistas, puesto que todos los elementos pueden ser imaginarios.

La aplicación de plastas negras dá variedad e interés a este tipo de comics, sin embargo, cuando está destinada a publicarse en color hay que disminuir la cantidad de negros, para que no se vea muy pesada.



## c) Realista

Para el diseño de esta historieta de 3 páginas fue necesario hacer una adaptación de la historia, para elaborar el guión, calcular el número de viñetas y el espacio para los globos y textos.

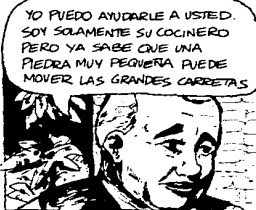
Hubo necesidad de investigar en libros, para lograr un cierto grado de realismo en las vestimentas y los fondos y ambientes. Se bocetó cada página para estudiar las expresiones y efectos de luz y sombra, planos, etc., se trazó en el papel original y se entintó, el tamaño original se realizó al doble y se obtuvo luego una copia fotográfica al tamaño deseado.

Este tipo de historieta corta puede incluirse dentro de una revista de historietas, o presentarse, por ejemplo en un periódico, una página cada semana, en la sección dominical de comics utilizando el sistema de "continuará". Notese que cada página termina en un momento clave de la historieta, de este modo se mantiene el interés del lector.





EL ABAD NO QUIERE CONTESTAR PERO EL COCINERO REPITE LA PREGUNTA Y AÑADE:



POR FIN, EL ABAD LE EXPLICA LA CAUSA DE SU TRISTEZA, EL COCINERO PIENSA UN MOMENTO Y DICE:



EL ABAD, MUY CONTENTO DA SU ROFA AL COCINERO.

POR LA NOCHE, ESTE ENTRA EN PALACIO. EL REY CREE QUE ES EL ABAD Y EXCLAMA:



EL REY CONFIRMA LA ABADIA DEL ABAD, Y DA MUCHAS RIQUEZAS AL COCINERO.

Fin

# TERMINOLOGIA DE LOS COMICS

**ADVENTURE STRIP.-** Comic o historieta que tiene como personaje (o personajes) a uno o varios héroes en aventuras exitanes o exóticas, dentro de estos tenemos policiaacas, ciencia ficción, etc.

**ANGULACION.-** Es el punto de vista adoptado por el dibujante en la viñeta (Extraído del cine) ángulos en vista alta o "picado", o vista baja "contrapicado".

**ANIMAL STRIP.-** Comic en el que los personajes son animales, generalmente con comportamiento humanizado.,.

**ASISTENTE.-** Ayudante del artista principal de una historieta; rotulista, fondista, etc.

**BANDEE DESINE.-** " tiras dibujadas" nombre de los comics en Francia.

**CARTUCHO.-**El texto de las viñetas encerrado en un cuadro dentro del dibujo, o entre viñeta y viñeta.

**COMIC BOOK.-** Palabra en inglés que designa la revista de historietas, para distinguirlas de las tiras y de las páginas dominicales.

**COMIX.-** Palabra inventada por los artistas del comic underground, para distinguir su obra del comic convencional.

**COMIX UNDERGROUND.-** Género de historietas desarrollado en los años sesentas, crítico y clandestino.

**DAILY STRIP.-** Tira cómica diaria de los periódicos.

**DIRTY COMICS.-** Comics "sucios", genero clandestino de tipo sexual, aparece en el tiempo de la depresión en E.U.

**ENCUADRE.-** Sinónimo de angulación.

**ESTRUCTURA ITERATIVA.-** Estructura narrativa o temática, basada en la repetición de un mismo modelo básico.

**ELIPSIS.-** Consiste en omitir un elemento del mensaje que es facilmente asimilable por el destinatario. Se usa también en cine y teatro.

**FAMILY STRIP.-** Tira comica dedicada a los sucesos de la vida cotidiana de una familia.

**FLASH BACK.-** Evocación o vuelta momentánea al pasado, también tomado del cine.

**FONDISTA.-** Ayudante que se dedica a dibujar los fondos o escenarios del comic.

**FUMMETTI.-** "humitos" nombre que se da en Italia a las historietas, aludiendo a los "globos"..

**FUNNY STRIP.-** Comic de género humorístico.

**GIRL STRIPS.-** Historieta cuya protagonista es una chica.



**GUIÓN.-** Texto que contiene el proyecto de un comic, se indica la acción y los diálogos. El término es tomado del cine y del teatro.

**GLOBO O BOCADILLO.-** Espacio donde se escriben los diálogos, saliendo de la boca del personaje.

**GAG.-** Voz inglesa que indica una situación o golpe de efectos cómicos.

**KID STRIP.-** Historieta de personajes infantiles.

**METAFORAS VISUALIZADAS.-** Dibujos simbólicos que aparecen en la viñeta.

**MONTAJE.-** Forma de como se ordenan las viñetas.

**NARRATIVA ICONOGRAFICA.-** Cualquier relato compuesto por una secuencia de imágenes.

**OFF.-** Texto de un diálogo, en el cual el emisor no aparece en la viñeta.

**ONOMATOPEYA.-** Representación gráfica o lingüística de un ruido.

**RALENTI.-** Distorsionar el tiempo, acción dura más que en el tiempo real.

**SUNDAY.-** Sección dominical de un periódico, dedicado a los comics, generalmente a color.

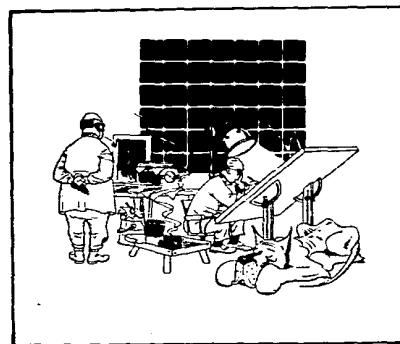
**SYNDICATE.-** Agencia que produce y distribuye historietas a los periódicos.

**TEXTO DE APOYO.-** Texto que se integra en la viñeta (sinónimo de cartucho).

**THOUGHT BALOON.-** Globo redondo y con burbujas, que expresa pensamiento.

**TIRA.-** O Strip, sucesión de viñetas que forman una unidad de publicación de historieta.

**VINETA.-** Espacio gráfico, unidad mínima de la historieta. También se le llama pictograma.



# BIBLIOGRAFIA

- Dibujo humorístico, México, Editorial de Métodos y Sistemas, S.A. 1978 103, p.p.
- Rius, Santoral de la caricatura, México, posada, 1984, 144 p.p.
- Marco A. Almazán, CLAROSCURO 7a. Edición México, D.F., Jus, 1976, 279 p.p.
- LLOYD A. KASTEN, EDUARDO NEALE-SILVA, LECTURAS ESCOGIDAS Harper & Brothers New York, 1945, 388 p.p.
- Biblioteca Salvat de Grandes Temas LITERATURA DE LA IMAGEN, España, Salvat, 1973, 141 p.p.
- Stoner Charles, Pen tips on cartooning 3a. ed. Philadelphia, Hunt Manufacturing Co., 196, 48 p.p.
- Miguel Angel Gallo, los Comics; un enfoque sociológico, México, Quinto Sol. 1980, 303 p.p.
- Carlos Monsivais et. al. El comic es algo serio, México, Eufesa, 1982, 197 p.p.
- Biblioteca Salvat de grandes temas. El Humorismo, España, 1975, Salvat, 14 p.p.
- Markow's, Jack, Cartoonist's and Gag Writer's handbook 1976 Writer's Digest. Ohio
- Parramon-Blasco, como dibujar historietas "sin año", instituto Parramón, Barcelona 68 p.p.
- Rius, la vida de cuadritos, 2a. ed. México Grijalbo, 1984, 207 p.p.

Agradezco sinceramente  
a mis compañeros, maestros  
familiares y amigos que  
colaboraron en la realiza-  
ción de esta tesis

mi amistad y mi  
respeto

~~KENNETH~~

