

62

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“ La ilustración aplicada en la Imagen corporativa para una tienda de ropa ”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

Fabiola Morales Sotelo

Director de Tesis: Mtro. en A. V. Plancarte Morales Francisco.

Asesora de Tesis: Mtra. en A. V. García Morales Ariadne.

México, D.F., 2002.



DEPTO. DE ASESORIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO D.F.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

## AGRADECIMIENTOS

Gracias Ricardo, por tu gran amor,  
ayuda y apoyo incondicional.

Gracias mamá por apoyarme toda la  
vida, y porque gracias a ti soy lo que  
soy.

Gracias papá por darme siempre lo  
mejor y además todo tu apoyo.

Gracias hermanos, porque de cada  
uno de ustedes he recibido gran  
ayuda.

Y gracias Dios porque todo lo que  
tengo lo has puesto en mi camino.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1	2.1.4	Alfabeto fenicio
CAPITULO I DISEÑO Y COMUNICACIÓN.....	3	2.1.5	Alfabeto griego
1 Definición de la comunicación		2.1.6	Alfabeto latino
1.1 Teoría de la comunicación		2.1.7	El manuscrito medieval
1.2 Definición de diseño		2.2	Historia de la ilustración
1.2.1 Diseño y comunicación		2.2.1	Manuscritos en la edad media
1.2.2 Comunicación visual		2.2.2	El grabado
1.3 Diseño gráfico		2.2.3	La ilustración en el siglo XVIII
1.3.1 antecedentes del diseño gráfico		2.3	La ilustración moderna y contemporánea
1.4 Campo de trabajo		2.3.1	La ilustración y el cartelismo
1.5 Áreas del diseño gráfico		2.3.2	Comienzos del siglo XX
1.5.1 Imagen corporativa		2.4	El grabado y la ilustración
1.5.2 Diseño editorial		2.5	Géneros de la ilustración
1.5.3 Simbología y diseño en soportes tridimensionales		2.5.1	Ilustración publicitaria
1.5.4 Fotografía		2.5.2	Ilustraciones narrativas
1.5.5 Audiovisual y multimedia		2.5.3	El comic
1.5.6 Ilustración		2.5.4	Ilustración conceptual
1.5.7 Serigrafía		2.5.5	Ilustración científica
1.5.8 Publicidad		2.5.6	Ilustración técnica
1.5.9 Edición multimedia		2.6	Herramientas
1.5.10 Imagen de producto		2.7	Técnicas y materiales
1.5.11 Medios masivos: cine, televisión, internet, teatros, museos y agencias de publicidad		2.8	Características generales del papel como soporte
CAPITULO II ILUSTRACIÓN.....	14	CAPITULO III EMPRESA O INSTITUCIÓN.....	37
2 Definición de ilustración		3	Características de Modar lubo
2.1 Antecedentes de la ilustración		3.1	Historia de la empresa
2.1.1 La contribución egipcia		3.2	Ubicación y nivel socioeconómico de la zona en la que se establece Modar lubo
2.1.2 La contribución china		3.3	Definición de mercadotecnia
2.1.3 El alfabeto			

3.3.1	Características de la mercadotecnia de Modar lubo basándose en la mercadotecnia
3.4	Competencia de Modar lubo
3.5	Usuario
3.5.1	Características del usuario
3.5.2	Necesidades del usuario
3.5.3	Ventajas del usuario al comprar en Modar lubo
3.5.4	Interés del usuario en la adquisición de ropa
3.6	La educación en la necesidad de consumo
3.7	Análisis de productos existentes
3.7.1	Cuadros de análisis de productos existentes

**CAPITULO IV PROYECTO DE DISEÑO.....48**

4	La ilustración aplicada en la imagen corporativa para una tienda de ropa
4.1	Detección de necesidades
4.2	Intervención del diseño ante la necesidad de promover Modar lubo
4.3	Requerimientos de un proyecto de diseño
4.3.1	Requerimientos de uso
4.3.1.1	Practicidad
4.3.2	Requerimientos de función
4.3.2.1	Mecanismo
4.3.3	Requerimientos formales
4.3.3.1	Estilo
4.3.3.2	Unidad
4.3.3.3	Interés
4.4	Proceso de reproducción de la ilustración
4.5	Posibles técnicas a utilizar
4.5.1	Lápiz grafito
4.5.2	Tinta china
4.5.3	Pluma

4.6	Proceso de bocetaje
4.7	Justificación del formato
4.8	La aplicación del color negro en contraste con el blanco
4.9	Justificación del encuadre
4.10	Imagen representativa de Modar lubo
4.11	Alternativas tipográficas
4.12	Pruebas y elección del color
4.13	Imagen corporativa de Modar lubo
4.14	Aplicación de la imagen corporativa a material publicitario
4.14.1	Calendario de bolsillo
4.14.2	Postales
4.14.3	Separador de libros

**CONCLUSIONES .....68**

## INTRODUCCIÓN

En una cultura de consumo existe la necesidad de promover bienes y servicios, por ello la intervención del diseño gráfico.

En la mayor parte de los medios masivos de comunicación, se encontrará presente el tema de la moda ofreciendo distintas tendencias de uso en el vestir. Es necesario mencionar que dentro de esto se encuentra presente el uso de la mercadotecnia, como base organizativa de un sistema de producción y consumo, con el único fin de obtener beneficios. Esto se ha convertido en una de las tantas necesidades de consumo que se han hecho presentes en la economía de casi todo el mundo, a través de distintos medios de persuasión y por eso la necesidad de crear productos nuevos para satisfacer dichas necesidades (no de primer tipo, sino necesidades que el sistema ha impuesto para que exista una gran cantidad de consumo), y ser adquiridos o consumidos.

Es tarea del diseñador gráfico aplicarse ante dichas necesidades, ya que informa o vende como un medio de comunicación visual.

En México como caso en particular a nuestro tema, la moda en las adolescentes generalmente juega un papel muy importante. De ahí que cada día exista más interés sobre la venta de productos, que se dirigen a ellas para obtener una ganancia. Ésto tiene como consecuencia que se genere más competitividad dentro de este mercado, y por ello la necesidad de competir visualmente.

En este trabajo se realizará una imagen corporativa que ayude como medio de identidad de una tienda de ropa y reflejar los bienes y servicios que ella ofrece.

Por ello nuestra tarea será: analizar detalladamente toda la información que nos pudiera servir para la elaboración de dicha imagen.

Es muy importante mencionar que las técnicas de ilustración que se encuentran dentro del área del diseño gráfico, nos ofrecen grandes alternativas de uso para la transmisión de mensajes visuales, por ello la importancia de apoyarnos en ella para la creación de nuestro trabajo.

Se realizará un análisis muy detallado sobre toda la información que nos pudiera ayudar a la construcción de nuestra imagen, además se mostrará el proceso de elaboración de la ilustración, contemplando las principales técnicas y funcionamiento de cada una de ellas.

Es importante mencionar que la imagen corporativa que se obtenga, será aplicada a material publicitario que necesita la tienda para su difusión.

C  
A  
P  
Í  
T  
U  
L  
O

DISEÑO Y  
COMUNICACIÓN

## CAPITULO I DISEÑO Y COMUNICACIÓN

### 1 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

En un ámbito general, el diseño y la comunicación pueden estar relacionados entre sí y ser funcionales para dar mensajes en muy variados campos y de distinta manera. Es por eso que dentro de este capítulo se tratará de comprender su importancia. Comenzaremos de lleno, mencionando definiciones de comunicación que nos ayudarán a su comprensión.

Comunicación:

"Es el intercambio de significados entre individuos mediante un sistema común de símbolos."<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Enciclopedia Hispánica, Vol. 4, Enciclopedia Británica Publishers, Kentucky, 1966.

"Es la base de todo lo que llamamos social en el funcionamiento de todo lo que llamamos viviente. En el hombre resulta decisivo para el desarrollo del individuo, para la formación y existencia ininterrumpida de grupos y para sus interpelaciones."<sup>2</sup>

En el medio en el que nos desarrollamos encontramos una gran necesidad de relacionarnos con los individuos que nos rodean, y por lo cual requerimos asociarnos armónicamente con ellos, de ahí que surja la necesidad de comunicación.

La comunicación es indispensable para el ser humano y se necesita de un lenguaje en común para que haya una participación de éste tipo.

La comunicación es un proceso que se da entre dos o más individuos en relación emisor- receptor; esto es en un intercambio de información a través de códigos.

<sup>2</sup> Reed H., Edwin y Blake. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*, México, Nuevaomar, 1977. p.3

Dentro de un proceso de comunicación la información es transmitida por medio de una señal que viaja a través de un canal, dicha señal es captada por el receptor en forma de mensaje, cumpliendo su función llegando al destinatario.<sup>3</sup> Este proceso se da en forma de código. Cuando se da un proceso de comunicación, siempre se encuentra dentro de un contexto y situado en un tiempo, por lo tanto, si esta información es muy importante puede llegar a trascender.

Podemos encontrar dos modos de comunicación básica; esto es, la humoral y neuronal.<sup>4</sup> Estas se relacionan entre sí y son independientes al mismo tiempo. La comunicación humoral se caracteriza por transmitirse a través de la liberación de sustancias del torrente circulatorio.

En la comunicación neuronal, la información que se recibe se deposita en el sistema nervioso central, la cual es captada por medio de los sentidos.

<sup>3</sup> Eco, Umberto. *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen, 1977. p. 73.

<sup>4</sup> Enciclopedia hispánica, ibid.



Es importante mencionar que estos dos sistemas, los encontramos solamente en el hombre, y éstos a su vez en mecanismos creados por él, como es en el caso de las computadoras, que trabajan digitalmente.

En la comunicación nos podemos encontrar con tres problemas; el técnico, semántica e inflencial.<sup>5</sup> Los problemas técnicos se refieren a la manera en que el emisor transmite el mensaje al receptor, ya que debe de ser claro. Los problemas semánticas se refieren a la interpretación que el receptor hace del mensaje recibido y que es lo que es lo que no quiso dar a entender el emisor. Y dentro del problema inflencial encontramos que se trata de llegar al receptor una información, tal como lo quiera el emisor.

Por otro lado es importante mencionar que el lenguaje verbal es el medio de comunicación que más usa el hombre. pero existen también otros medios de comunicación que han ayudado al

avance de la ciencia y ampliar conocimientos, como es en el caso de la radio, el cine, la lectura, etc.

Es por eso que la comunicación es la base de toda sociedad, ya que con ella se puede obtener una organización que facilita el modo de vida y el desarrollo de cada individuo.

### 1.1 TEORIA DE LA COMUNICACIÓN

El hombre dentro del ámbito en el que se encuentre requiere de un desarrollo intelectual, es por ello que la comunicación actúa como medio de información para adquirir conocimientos. En el campo de la comunicación se encuentra situada la teoría de la comunicación, que "estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos intercambiando información".<sup>6</sup> Esto basándose en cada tipo de ser.

En nuestra especie "la capacidad de pensar, rasgo distintivo del ser humano, crea y cruza el prodigioso mundo de las ideas,"<sup>7</sup> las cuales son partícula esencial de la evolución del pensamiento y del desarrollo del hombre. Es decir, el hombre se encarga de una evolución cultural, como es en el caso de descubrimientos, inventos, ideas, etc., y la comunicación actúa como medio de distribución hacia los demás, así se genera un desarrollo constante.

En la comunicación encontramos situado el lenguaje, el cual se conforma de datos que actúan en conjunto para obtener una idea o concepto. Esto a su vez "se divide en diferentes tipos de lenguaje: fónico, de signos, escrito y mímico."<sup>8</sup> Estos tipos actúan según el caso que se requiera, clasificándolos para su mejor comprensión y entendimiento. Un ejemplo lo podemos encontrar en el lenguaje de los sordo mudos; que se da

<sup>5</sup> Enciclopedia hispánica, ibid.

<sup>6</sup> Martín Serrano, Manuel et al. *Teoría de la comunicación*, México, UNAM. 1991, p.13

<sup>7</sup> Guajardo, Horacio. *Teoría de la comunicación social*, México, Promociones Editoriales S.A. 1970, p. 11.

<sup>8</sup> Martín, ibid p.13

a través de señas que se efectúan por medio de movimientos corporales y actúan en forma de códigos.

Para que exista una comunicación efectiva entre individuos debe existir intereses en común entre ellos, ya que de lo contrario no se dará ningún tipo de entendimiento. Por ejemplo, dos personas se pueden comunicar verbalmente si existe entre ellos el mismo idioma.

Es importante tomar en cuenta la teoría de la comunicación ya que a través de ella nos podemos relacionar con la gente que nos rodea y así poder contribuir a un desarrollo cultural, con avances humanistas y tecnológicos.

## 1.2 DEFINICION DE DISEÑO

El diseño recae meramente en las necesidades que tiene el ser humano para su modo de vida y el medio que lo rodea.

“La palabra diseño procede del latín de designare. De la preposición “de” y de “signium” que significa marca o signo. Otro vocablo relacionado es “desear”, significa proyecto o designio, y “dessin”, expresa dibujo.”<sup>9</sup> Por lo que la palabra diseño como tal significa marca, signo, proyecto, designio y dibujo, que esta dirigido a crear lo que el hombre necesita para satisfacer sus necesidades.

A continuación mencionaremos algunas definiciones que nos podrán ayudar a la comprensión de éste término.

Diseño:

“Es la actividad objeto de estudio del diseño que en tanto disciplina estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus

valores estéticos captados en su integridad.”<sup>10</sup>

“Es una herramienta de trabajo, una actividad integradora, una ciencia de encuentro, un humanismo, un medio operativo.”<sup>11</sup>

Se puede decir que el hombre diseña y crea objetos que van hacia el único fin de facilitar su vida en donde quiera que se encuentre situado. Por ejemplo, dentro del diseño de modas se crean prendas de a cuerdo al cuerpo humano existiendo una variedad de modelos, tallas y colores apeándose según las formas, gustos y necesidades de cada individuo, y éste se refiere a un comportamiento de formas funcionales que están dirigidos hacia el único propósito de servir al ser humano.

<sup>9</sup> Figueroa, Carlos. *Creatividad, diseño y tecnología*, México, Plaza y Valdez, 2000, p. 67

<sup>10</sup> Vilchis, Luz del Carmen. *Metodología del diseño*, México, Claves latinoamericanas, 1998, p. 38.

<sup>11</sup> Vilchis, *ibid.* p. 37

El hombre puede ser capaz de transformar un ambiente en el que se encuentre situado, ya que como nos podemos dar cuenta, en nuestro alrededor predomina las cosas hechas y manipuladas por sus manos, y como consecuencia puede existir un proceso de adaptación ante los demás hombres. Podemos concluir que gracias al diseño nos encontramos rodeados de un sin fin de objetos que han surgido para facilitar la comodidad de cada persona, no olvidando también, que existen cosas creadas por el hombre para su misma destrucción.

### 1.2.1 DISEÑO Y COMUNICACIÓN

El diseño y la comunicación actúan de una manera conjunta dentro de una sociedad consumista, ya que es necesario un proceso que actúe como punta de lanzamiento hacia un sector lleno de necesidades.

El diseño y la comunicación se encuentran estrechamente ligados, ya que un diseño siempre comunicará algo, un ejemplo lo podemos ver en el caso de un cartel.

De acuerdo a la creación de cosas, objetos o acuerdos del hombre, se forma un ambiente de producción y consumo de los cuales se requiere de una difusión que conlleve un mensaje, tomando en cuenta la intención que se tiene. Para la elaboración de un mensaje visual debe existir un análisis previo de lo que se quiere comunicar, además un diseño previo, esto para la distribución y consumo de la mercancía. El funcionamiento de un mensaje se basa principalmente en promover lo que las industrias producen, con una difusión creada basándose en mensajes, esto lo podemos ver a nuestro alrededor en presencia de todo lo que se anuncia. Dentro de esto es importante mencionar que dentro de un proceso de diseño, el diseñador elabora su mensaje según al público al que se quiera llegar,

a determinado público, es el tipo de mensaje que se transmita.

De esta manera que el consumidor se sienta atraído o identificado con el producto. De acuerdo al mensaje que se quiera transmitir, será el diseño que se elabore.

Es importante mencionar que "en todo proceso de diseño y de comunicación, en general están presentes las instancias económicas, políticas e ideológicas";<sup>12</sup> por ejemplo, en la televisión nos encontramos con un sinnúmero de mensajes que se presentan con el fin de adquirir productos que hacen verse necesarios, en el caso que se quiera mandar un mensaje a niños, se transmite en horario en que se presentan las caricaturas.

Podemos resaltar, que dentro de una sociedad de consumo es indispensable el diseño y la comunicación, ya que es la base para un sistema económico.

---

<sup>12</sup>Prieto, Daniel. *Diseño y comunicación*, México, UAM, 1987, p. 16

## 1.2.2 COMUNICACIÓN VISUAL

Dentro de las grandes necesidades de comunicación, nos referiremos a aquella que se da de una manera visual. Lo que podemos ver a nuestro alrededor es una manera de comunicación visual, ya que todo tiene un significado que podemos interpretar.

"La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales".<sup>13</sup> Esto se da de una manera dinámica en la que se implica meramente el sentido de la vista y la necesidad de comunicar algo. De esta manera, la comunicación visual se encuentra integrada por "la información propiamente dicha que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual, que es el conjunto de elementos visuales que hacen visible el mensaje"<sup>14</sup>, es decir el mensaje visual se da ante la intención que se tiene de comunicar algo por medio de la vista, y el soporte visual es

aquello sobre el cual se muestra el mensaje, como es en el caso del cartel, folleto, trípticos, logotipos, etc.

La comunicación visual encierra un gran poder de comunicación, ya que el mensaje se apoya en imágenes que crea un gran poder sobre la mente de los individuos, por lo que son atraídos de una manera muy sutil e interesante; no es lo mismo escuchar un partido de football, que observar como es que se ejecuta.

Dentro de las grandes posibilidades que encierra la comunicación visual, (como es en el caso de la televisión, anuncios que encontramos en las calles, publicidad de una tienda, etc.) encontramos un sin fin de maneras de transmitir un mensaje, es por ello que día a día se necesita de nuevas ideas que atraigan la atención del público y así generar mayor uso o consumo de cada producto o servicio.

## 1.3. DISEÑO GRAFICO

Como ya se pudo observar dentro de los puntos anteriores, la comunicación visual es esencial para la convivencia y el desarrollo de hombre. El diseño gráfico forma parte de esta gran área, ya que sus mensajes se dan de manera que sean captados visualmente.

### 1.3.1. ANTECEDENTE DEL DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico comenzó con la impresión y combinación de los elementos artísticos y mecánicos. "Las primeras ilustraciones se imprimieron con grabados en madera, hasta que Gutenberg introdujo los tipos móviles metálicos a mediados del siglo XV."<sup>15</sup> Con ésto hubo un gran desarrollo en el avance de la impresión, ya que las

<sup>13</sup> Munari, Bruno. *Diseño y comunicación visual*, Barcelona 6ª ed., Gustavo Gili, 1985, p. 82

<sup>14</sup> Munari, *ibid.* p. 84

<sup>15</sup> Bridgewater, Peter. *Introducción al diseño gráfico*. México, traducido por An introduction to graphic design, Trillas, 1992, p. 10

copias de libros ya no se realizaban manualmente, sino existía una producción en serie para la reproducción de ejemplares.

El siguiente gran avance no se dio sino "hasta a mediados del siglo XIX, cuando el diseño gráfico se integró en las áreas de empaque, presentación, exposición y publicidad estableciéndose como una profesión."<sup>16</sup> Ya no era el artesano el que se encargaba de hacer todo el proceso de un libro sino el diseñador gráfico; precisamente durante esta época, también destacó la elaboración del cartel. "William Morris en 1884 fundador del movimiento de Artes y Oficios, fue principalmente el que dio el primer gran lanzamiento de lo que es el diseño gráfico actual, que sus ideas se extendieron la impresión y producción de libros así como al mobiliario, papel tapiz y telas."<sup>17</sup>

Sin embargo, "la influencia más importante en el diseño gráfico fue la Bauhaus en el siglo XX. Estableciéndose

la Escuela Bauhaus de arte y diseño en Weimar Alemania después de la Primera Guerra Mundial por Walter Gropius en 1919."<sup>18</sup>

Lo que presentamos anteriormente son algunos de los datos históricos más importantes del diseño gráfico. En la actualidad con el avance de la tecnología, el diseño gráfico nos ofrece grandes alternativas para la elaboración de mensajes visuales, un ejemplo lo tenemos en la utilización de la computadora como herramienta de trabajo.

A continuación presentaremos algunas definiciones que nos ayudaran a la comprensión de lo que es el diseño gráfico.

"El diseño gráfico es la concepción de mensajes. Los mensajes no son las cosas sino símbolos y sus representaciones".<sup>19</sup> Por lo tanto dentro del diseño gráfico debe existir

organización tanto de palabras como de imágenes, además, el diseñador gráfico debe emplear sus conocimientos de la materia, habilidades e imaginación propia, ya que debe obtener un resultado en el que aparezca imagen y contenido al mismo tiempo.

El diseño gráfico nos permite comunicar visualmente informaciones, hechos y valores de todo tipo, esto se da a través de una actividad proyectual mediante formas sintetizadas.

Gracias al diseño gráfico se adquiere un gran poder de comunicación ya que con su ayuda se informa y promueve.

<sup>16</sup> Bridgewater, *ibid.* p 11

<sup>17</sup> Bridgewater, *ibid.* p. 13

<sup>18</sup> *Ibidem*

<sup>19</sup> Figueroa, *op. cit.* p.68

#### 1.4 CAMPO DE TRABAJO.

El campo de trabajo del diseñador y comunicador gráfico es bastante amplio ya que puede colocarse en el sector privado, en el sector público o de free-lance.

##### Sector público:

Dentro de éste se encuentran diferentes partes que componen la organización política del estado, el cual se divide a su vez por subsector gubernamental, (gobierno central y locales) y subsector paraestatal se encuentra integrado por entidades donde el gobierno delega atribuciones ejecutivas que son sujetas al control financiero y administrativo.

Dentro de los organismos del sector público se encuentran las siguientes áreas:

- Área operativa, aquí las entidades del sector público se encargan de actividades de construcción y la creación de

infraestructura para el desarrollo del país.

- Área administrativa, se encarga del manejo de ingresos y egresos del gobierno federal vigilando y coordinando las actividades comerciales e industriales del país.
- Área de servicio, son entidades del sector público que se encargan de la relación directa con el pueblo, de acuerdo a sus derechos, salud, capacitación y desarrollo.

Dentro de estos organismos existen un área que por lo regular se denomina como Departamento de Comunicación y Difusión, la cual se encarga de planear, producir y difundir mensajes políticos de cada dependencia del sector público. Dentro de estos mensajes nos encontramos con el área de comunicación interna, la cual es dirigida al personal que labora en la institución; y el área de difusión externa, que se dirige al público en general.

##### Sector privado:

Dentro del sector privado encontramos muchos lugares que requieren del trabajo de un diseñador gráfico, esto desde empresas, tiendas pequeñas que requieren de su publicidad o hasta tiendas departamentales en el área de diseño y comunicación, también existen despachos de publicidad dentro de los cuales el cliente llega a pedir servicio.

Dentro de las empresas existe una organización donde el trabajo se divide en distintas áreas; el diseñador gráfico generalmente se encuentra en el área de mercadotecnia, ya que debe aplicar sus conocimientos y creatividad para la difusión y promoción de productos.

El trabajo del diseñador gráfico dentro de una empresa puede ser utilizado para la creación de un folleto, un cartel, una imagen corporativa, una página web, etc.

##### Free-lance:

El trabajo que el diseñador gráfico realiza por su cuenta es también reconocido, puede trabajar desde su

casa si tiene las herramientas necesarias, o si no las tiene reunidas puede dirigirse donde las encuentre para facilitar su trabajo. Al final lo que cuenta es un trabajo bien realizado que el cliente demande, no importando donde ni como lo realizó.

Cualquier empresa requiere de la promoción de sus productos, así como también asociaciones no gubernamentales, con el fin único de informar. Por ejemplo, la gran mayoría de las empresas lo que necesitan es una imagen.

Es por eso que el diseñador gráfico se puede desenvolver haciendo desde un folleto, tarjetas de presentación, imágenes corporativas, anuncios espectaculares, etc.

## 1.5 AREAS DEL DISEÑO GRÁFICO.

La tarea del diseño gráfico encaja principalmente en la venta y promoción de servicios o productos, es por esta razón que se puede desarrollar dentro

de muchas áreas, trataremos de nombrar las más importantes.

### 1.5.1 IMAGEN CORPORATIVA.

Por medio de esta las compañías se dan a conocer por medio de la representación que tienen con su imagen para ser identificadas. Esta se puede apoyar en: Rótulos, catálogos, logotipos, papelería corporativa, uniformes, etc.

### 1.5.2 DISEÑO EDITORIAL.

Dentro de esta área el diseñador construye los impresos con las características gráficas que se requieran. Dentro de esto podemos encontrar lo siguiente: Libros, periódicos, revistas, publicaciones, catálogos, portadas, folletos, etc.

### 1.5.3 SIMBOLOGÍA Y DISEÑO EN SOPORTES TRIDIMENSIONALES.

Dentro de esto se puede mencionar lo siguiente: la señalización, material didáctico, etiquetas, envases y embalajes, por mencionar algunos: Señalización, material didáctico, etiquetas, envases y embalajes, identidad gráfica, etc.

### 1.5.4 FOTOGRAFÍA.

Por medio de ésta y su manipulación se pueden obtener imágenes que el diseñador utiliza como apoyo. Dentro de esta encontramos: Fotografía especializada, fotografía digital, fotografía experimental.

### 1.5.5 AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA.

Dentro de esta área se desarrolla el diseño de videos, así como lo visual y el sonido. En esto encontramos:

Programas interactivos, páginas web, animación, animación digital, producción de audiovisuales (educativo, informativo, motivacional y de entretenimiento), etc.

#### 1.5.6 ILUSTRACIÓN.

Esta área se desarrolla a través de las diferentes técnicas de representación que existen, empleándolas según lo que se requiera, determinando el material mas acertado para su creación. En ésto podemos encontrar: Ilustración tridimensional, ilustración tradicional, ilustración digital, etc.

#### 1.5.7 SERIGRAFÍA.

Es el área en la cual la publicidad encuentra un gran apoyo, ya que con ésta se pueden imprimir una enorme cantidad de tirajes de una manera sencilla económica y con gran calidad visual. Dentro de ella encontramos:

Tarjetas de presentación, volantes, boletines, material de publicidad, etc.

#### 1.5.8 PUBLICIDAD.

Esta se encarga de elaborar la propaganda de determinado lugar. En ella podemos encontrar: Campañas publicitarias, fotografía publicitaria, folletos, carteles, anuncios, etc.

#### 1.5.9 EDICIÓN MULTIMEDIA.

A través de la computadora las ideas se crean con movimiento y sonido. Dentro de ésta encontramos: Publicidad en internet, desarrollo y diseño de CD Room multimedia, creación, publicación y mantenimiento de documentos web para internet, etc.

#### 1.5.10 IMAGEN DE PRODUCTO.

Esto se ocupa para la representación de un producto sobre la base de un logotipo. Dentro de ésto encontramos: Etiquetas, empaques, marcas, etc.

#### 1.5.11 MEDIOS MASIVOS: CINE, TELEVISIÓN, INTERNET, TEATROS, MUSEOS Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD.

Dentro de éstos el diseñador tiene la tarea de la creación de publicidad ya que son medios donde la gente está al pendiente de la información de lugares que se ven o se visitan. Dentro de esto el diseñador gráfico juega un papel de: Gerente de marca, dibujante, escenógrafo, creativo, museógrafo, diseñador en general, director de arte, post productor, editor, animador, efectos especiales, fotógrafo, iluminador, etc.



Las áreas del diseño gráfico son parte esencial para transmitir mensajes visuales, es por ello que el profesional de esta materia las debe dominar en su mayoría para tener gran variedad de opciones de trabajo.

C  
A  
P  
Í  
T  
U  
L  
O



ILUSTRACION

## CAPITULO II ILUSTRACIÓN

### 2 DEFINICIÓN DE ILUSTRACIÓN

Ilustrar es una disciplina que considera un diseñador gráfico para la realización de un mensaje en forma visual. Es necesario hablar del concepto de ilustración para poder entender su importancia dentro del área del diseño gráfico, para ésto nos apoyaremos en las siguientes definiciones:

"El término ilustrar proviene del latín *illustrare*, derivado de "*ilustris - ilustrare*", significa valorar, iluminar, aclarar, dar a luz, lo que desde el punto de vista intelectual y literario valdría por explicar, complementar y describir una idea a través del complemento del dibujo."<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Rius, María. *Texto ilustración*, Educación y Biblioteca, Madrid, Año 3, 1990, p.22

"Ilustrar es realizar una interpretación gráfica de una idea..., debemos crear ideas que lleguen a la personalidad del lector, forzándolo a reacciones definidas. También debemos considerar el desarrollo de ideas con base en la propaganda, para que nuestro trabajo encuentre mercado y lo satisfaga."<sup>2</sup>

"La ilustración es la traducción de un lenguaje escrito a un lenguaje visual, es un complemento y a veces, hasta el suplemento de un texto, puede decirse que se ubica como contrapunto respecto de un texto para comunicar y sintetizar ideas. En una palabra ilustrar es comunicar."<sup>3</sup>

Es conveniente mencionar que el termino ilustrar se puede confundir con el dibujo, es por ello que definiremos este término.

<sup>2</sup> Loomis, Andrew. *Ilustración creativa*, Hachette, Buenos Aires, 1974, p.20

<sup>3</sup> Patiño, Maricruz. Entrevista a Fabricio Vanden Broeck. *Lúdica*, México, D.F. Año 1, No. 2, Julio 1998, p.74

"Dibujar es delinear figuras, imitando la realidad mediante líneas y sombras".<sup>4</sup>

Por lo tanto podemos mencionar que el dibujo se apega a la realidad lo más cercano posible, una realidad que puede ser visible y palpable, generalmente, un dibujo lo puede hacer cualquier persona con la ayuda de sus cinco sentidos. En cambio el ilustrar requiere de aptitudes que se adquieren por medio de un conocimiento previo, dentro de ésto también nos podemos encontrar un cierto grado de subjetividad que en combinación con lo anterior se efectúa un gran contexto de información; dentro de ésto se puede representar gráficamente una idea, un pensamiento, un concepto, etc.

De tal manera podemos mencionar que el ilustrar es una manera de comunicar gráficamente y para su aplicación efectiva nos podemos apoyar en lo siguiente:

<sup>4</sup> Diccionario Enciclopédico Universo, Fernández editores, México, p. 341

La ilustración con relación al texto según Joseph Schwarcz,<sup>5</sup> se desenvuelve en tres funciones básicas:

- a) Congruencia, se limita a representar lo que dice el texto.
- b) Desviación, sigue apegándose al texto solo que aporta nuevas ideas.
- c) Función múltiple, se desprende completamente del texto, narrando incluso otras historias.

Sin embargo Joseph no contempla la ilustración que carece de texto y que por sí sola nos transmite un concepto o una historia, ésta sería una cuarta función, denominada:

- d) Narrativa visual.

Por lo tanto la ilustración juega un papel muy importante dentro de la comunicación ya que con su ayuda el diseñador gráfico puede elaborar mensajes visuales, que con su reproducción o exhibición lleguen a una gran cantidad de gente con gran eficiencia.

<sup>5</sup> Nava, Francisco. *La ilustración y el diseño de libros para niño, tesis*, UNAM, 001-00227-N2-1995.

## 2.1 ANTECEDENTES DE LA ILUSTRACIÓN

La ilustración con el paso del tiempo ha sido utilizada aunque no con el mismo nombre, ya que el hombre con el paso del tiempo y ante la necesidad de comunicación, fue haciendo uso de la imagen y de la escritura. Los antecedentes de la ilustración podemos encontrarlos en las siguientes culturas.

### 2.1.1 LA CONTRIBUCIÓN EGIPCIA

Dentro de "la cultura egipcia en su escritura se utilizaban un sistema de pintura-escritura llamada "jeroglífico" (en griego significa escultura sagrada y en egipcio significa la palabra de Dios), los jeroglíficos más antiguos se remontan aproximadamente al año 3100 a. C."<sup>6</sup>

De los materiales que utilizaban para la realización de jeroglíficos, esta

<sup>6</sup> Meggs, B. Philip. *Historia del diseño gráfico*, México, Trillas, 1991, p. 25

civilización utilizó ampliamente una planta (*Cyperus papyrus*), que crecía en las riveras del río Nilo, se aprovechaban sus flores, raíces y tallos para diversos usos, pero la aplicación más importante fue para fabricar el *papiro* (de donde proviene nuestra palabra papel) obteniendo láminas que podían medir hasta 49 cm. Para fabricar la tinta negra utilizaban el carbón en una solución aglutinante y para la tinta roja usaban el ocre molido. Los tallos de junco servían como pinceles, se cortaba la punta del tallo en ángulo y se masticaba para separar las fibras.

Los egipcios combinaron el dibujo y las palabras para transmitir la información a través de sus manuscritos, que en su mayoría eran textos funerarios llamados: *La cofraternidad de los que llegan delante del día*, mejor conocidos como *El libro de los muertos*. Dentro de éstos se mostraba su mitología de la vida en el más allá. En el Nuevo Reino (año 1580 a. C.), los ciudadanos con medios económicos modestos podían tener por lo menos un sencillo papiro

que los acompañara en su viaje al Bajo Mundo.

### 2.1.2 LA CONTRIBUCIÓN CHINA

La escritura china es una gran aportación a la ilustración, ya que podemos encontrar que ésta caligrafía no es un lenguaje alfabético, sino totalmente visual. Cada símbolo se compone de un cierto número de líneas con forma diferente, dentro de un cuadrado imaginario. Cuenta la leyenda que "Ts-ang Chieh inventó la caligrafía alrededor del año 1800 a. C., inspirado en las marcas de las garras de las aves y en las huellas de los animales."<sup>7</sup> Esta caligrafía se formaba por pictogramas elementales, las imágenes eran muy estilizadas pero fáciles de descifrar, pues estaban compuestas por un número mínimo de líneas. El realismo de los jeroglíficos fue sacrificado por un diseño más abstracto. Primero se desarrollaron

sustantivos sencillos, hasta llegar a la creación de caracteres para expresar sentimientos, acciones, colores, tamaños y tipos. La caligrafía, en china es considerada como la forma de arte más elevada.

El material que ocupaban como soporte era variado, se inventó el papel, el cual se hacía de trapos y se parecía en lo esencial al papel actual, los chinos empleaban un pegamento muy fuerte o gelatina para endurecer las fibras y acelerar la absorción de las tintas. En épocas anteriores los chinos escribían sobre planchas de bambú o sobre tiras de madera utilizando una pluma de bambú mojada con una tinta espesa y durable. También se utilizó la tela de seda tejida como soporte para escribir, pero era muy costoso.

"Pi Sheng (1023-1063 d. C.) desarrolló la imprenta de tipos móviles y reutilizables,"<sup>8</sup> en lugar de cortar de un bloque de madera para cada carácter

caligráfico y cada página de escritura para ser impresión.

Las innovaciones que los chinos aportaron, como la brújula, la pólvora, la caligrafía, el papel y la imprenta han sido aportaciones que países del primer mundo han adoptado para su desarrollo.

### 2.1.3 EL ALFABETO

El alfabeto (su nombre procede de las primeras dos letras del alfabeto griego *alfa* y *beta*) son símbolos visuales simples que representan sonidos elementales, éstos se pueden unir y combinar para formar una configuración visual capaz de representar todos y cada uno de los sonidos, sílabas y palabras articuladas por la voz humana. El lenguaje cuneiforme y jeroglífico requería de cientos de signos y símbolos que fueron sustituidos por 20 o 30 signos elementales, fáciles de aprender, con exactitud no se saben los orígenes del alfabeto, ni quien fue el inventor, solo se especula en otras teorías que la

<sup>7</sup> Meggs, *ibid.* p. 36

<sup>8</sup> Meggs, *ibid.* p. 45

fuerza radica en el lenguaje cuneiforme, los jeroglíficos, los signos geométricos, prehistóricos, y a las primitivas pictografías cretenses que desde el año 2800 a. C. ya se usaban los símbolos pictóricos y aún existen alrededor de 135 pictografías de figuras de brazos y otras partes del cuerpo, animales, plantas y algunos símbolos geométricos. Las pictografías, (para el año 1700 a. C.)<sup>9</sup> dieron paso a la escritura de letra lineal precursora del lenguaje hablado griego. Es a partir de este momento que el alfabeto es una fuente de comunicación que gran parte de los seres humanos para su convivencia y desarrollo.

#### 2.1.4 ALFABETO FENICIO.

La cultura Fenicia se desarrolló en lo que hoy se conoce como Líbano y parte de Siria e Israel, de donde provienen los escritos alfabéticos más antiguos que

se conocen. "Durante la segunda mitad del milenio a. C. los fenicios recibieron la escritura cuneiforme de Mesopotamia,<sup>10</sup> ya que Mesopotamia y Egipto; desarrollaron una sociedad de marinos y comerciantes que se relacionaron con las colonias que formaban la tierra mediterránea, y el conocimiento de los escritos y jeroglíficos egipcios. Probablemente, siendo marinos, tuvieron conocimiento de la escritura y pictografías cretenses y por tanto influidos también por ellas. Se cree que así llegó a Fenicia, entrando por Biblos la ciudad más antigua. En esta ciudad costera se producía papiro egipcio de calidad especial, por lo que los griegos adoptaron el nombre de dicha ciudad "byblos" para designar al "libro" y también de ese nombre procede la palabra "Biblia".

El alfabeto hebreo consiste de las 22 letras consonantes, cuyas formas gráficas son letras negritas de forma cuadrada con trazos horizontales más

gruesos que los verticales. El lenguaje arábigo consiste en 22 sonidos originales del alfabeto semítico, además de seis caracteres adicionales al final, formados por signos caligráficos curvos. Este sistema de signos estuvo al alcance de mucha gente por su facilidad de lectura y escritura; lo cual generó que los escribas y sacerdotes perdieran su monopolio sobre el conocimiento escrito y su poder político e influencias se derrumbaron.

#### 2.1.5 ALFABETO GRIEGO.

"Los griegos adoptaron la escritura fenicia, probablemente a consecuencia del comercio, adecuándolo a sus necesidades y enriqueciéndolo con las vocales a, e, i, o, y u."<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Meggs, *ibid.* p. 51

<sup>10</sup> *Ibidem.*

<sup>11</sup> Muller, Josef. *Historia de la comunicación*, Switzerland, A. Niggli, 1971, p. 19

### 2.1.6 ALFABETO LATINO

El alfabeto latino, y la utilización de éste, "después de la conquista de Grecia por los romanos durante el siglo I a. de C."<sup>12</sup>, sufrió una modificación, ya que al final de su alfabeto se agregaron las letras griegas Y y Z, (quedo como resultado A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, V, X, Y y Z) ésto para tener acceso a palabras griegas. Una muestra de la aplicación del alfabeto griego, y al mismo tiempo un antecedente de la ilustración, se encuentra en las inscripciones romanas, y su aplicación en la arquitectura. Las inscripciones que se presentaban en los capiteles contenían líneas geométricas simples, dibujadas con trazos gruesos y delgados, en líneas curvas y rectas; se tenía especial cuidado en el contorno de los espacios dentro de una composición de letras. Además estas letras se diseñaban como forma, ya que sus trazos se basaban en el cuadrado,

triángulo y círculo, presentando una secuencia de formas lineales geométricas. Esto nos muestra un claro ejemplo de la utilización de línea, y nos podemos dar cuenta que hasta nuestros días la aplicación de ella como imagen se hace presente en el trabajo del diseñador gráfico.

Podemos observar que dentro de las letras griegas se hace visible la presencia de patines, éstos son pequeñas líneas que se prolongan de los extremos de los trazos principales de la letra, no se sabe con exactitud quienes fueron los creadores, solo se puede decir que es una gran aportación al diseño gráfico.

### 2.1.7 EL MANUSCRITO MEDIEVAL

Después de la caída del imperio romano y la división que se dio entre capitales de Bizancio y en Roma, el siglo V d. de C., hasta el renacimiento en el siglo XV, se vivió un oscurantismo y la población en general cayó en el analfabetismo, en

esos momentos existía una sociedad feudal en donde los terratenientes tenían poder sobre los labriegos.

Al pasar de los siglos cambio la influencia bárbara y romana, dando origen a un rico y colorido vocabulario dentro de las artes y oficios. La cultura clásica se encontraba casi perdida, los únicos que se preservaron gracias a la fe cristiana, fueron los escritos sagrados. Los cuales presentaba un decorado gráfico e ilustrativo, con la única finalidad de reforzar visualmente el significado de las palabras. Dentro de ésto encontramos otro antecedente de la ilustración, ya que en la actualidad se crean ilustraciones que refuerzan textos. Así podemos concluir que todas las culturas que mencionamos anteriormente, han contribuido a la de alguna manera a la ilustración, ya que dentro de éstas se encuentran técnicas, materiales o empleo de la ilustración. En la actualidad la ilustración informa, vende y apoya texto.

<sup>12</sup> Muller, ibid. p. 60

## 2.2 HISTORIA DE LA ILUSTRACIÓN

Hablaremos pues, de la historia de la ilustración para comprender como es que desde sus inicios ha sido funcional a un proceso de comunicación.

### 2.2.1 LOS MANUSCRITOS EN LA EDAD MEDIA

La presencia de la ilustración la encontramos antes que nada en los manuscritos medievales, que son imágenes pintadas a mano que complementaban y ornamentaban los textos de manera inventiva. Como un ejemplo se puede mencionar las letras capitales de los evangelios, generalmente eran obras muy detalladas y minuciosas con gran calidad de trabajo, al grado de apreciarlas como verdaderas obras de arte.

"Hasta finales de la Edad Media, la mayoría de las técnicas ilustrativas

empleaban el temple"<sup>13</sup>, el medio más común en la iluminación de los manuscritos románicos y los *Libros de Horas* (recibían ese nombre antes de que se inventara, ningún medio mecánico para marcar el tiempo, las horas impuestas por la iglesia determinaban las reglas para el rezo de ciertas oraciones a lo largo del día), éstos eran realizados por un equipo comparable a los actuales diseñador / tipógrafo e ilustrador. El escribano que escribía el texto y el artista que dibujaba y pintaba las ilustraciones.

Estos libros solo podían tenerlos gente de clase alta, obviamente eran muy pocos. Al ocurrir el incendio de la biblioteca de Alejandría, éstos manuscritos eran irrecuperables, ya que eran muy escasos y cada uno era único en su género.

### 2.2.2 EL GRABADO

La historia del grabado inicia en el momento que un grabado se estampa varias veces. A través de un original se repite varias imágenes del mismo tipo. Los estilos de la ilustración han tenido cambios y avances a la par de la tecnología en la reproducción de imágenes.

"El procedimiento de imprimir dibujos en una tabla se empleaba desde tiempos inmemoriales en Asia: China, Caldea, Asiria y Persia, en Europa no se conoció hasta el siglo XVIII de nuestra era, cuando empezaron a utilizarse cilindros de madera en el estampado de telas."<sup>14</sup> En realidad no se sabe exactamente en que lugar de Europa occidental se empezó a imprimir imágenes a partir de bloques de madera, pero fue a partir de ese momento en que la ilustración comenzó a utilizarse para la impresión "Tras la invención de la imprenta, los grabados eran siempre sobre madera e

<sup>13</sup> Dalley, Trece. *Guía completa de ilustración y diseño*, Madrid, H. Blume, 1981, p. 52

<sup>14</sup> Westheim, Paul. *El grabado en madera*, Fondo de cultura económica, p.19



incorporaban imagen y texto en la misma plancha,"<sup>15</sup> estas planchas eran bloques de madera que servían para imprimir páginas enteras. Con el paso de los años se considero que el grabado en madera no era lo mas adecuado para obtener detalles. La solución llegó con "el grabado en plancha metálica (a partir del siglo XVI)"<sup>16</sup>, ya que con ésto se obligaba a imprimir por separado el texto de la imagen. A partir de este momento la ilustración pudo trabajar de manera independiente, con la ventaja de obtener imágenes de gran formato, como es el caso de retratos realistas imágenes científicas, mapas geográficos, etc. De esta manera se llega a la actualidad con la presencia de aguafuerte, punta seca, aguainta, etc., que dan gran alternativa de obtener trabajos de excelente calidad y que funcionan de manera muy efectiva para la transmisión de mensajes visuales.

---

<sup>15</sup> Manuales Parramón. *Técnicas de ilustración*, Barcelona, Parramón, 2001, p.6

<sup>16</sup> *Ibidem*.

La siguiente innovación fue "la ilustración en piedra litográfica que surge en el año de 1798."<sup>17</sup> La litografía a diferencia de los grabados anteriores que debían colorearse a mano, llevó el color a la impresión.

### 2.2.3 LA ILUSTRACIÓN EN EL SIGLO XVIII

Este siglo se caracteriza por ser una época de expansión para el grabado, ya que todas las clases sociales están interesadas por el gusto de las ilustraciones reproducidas por grabados. A partir de este momento comienzan a existir tendencias y estilos que caracterizan a una época, ya que se realizaban grabados de lo que ocurría en una realidad presente, existiendo un arte coleccionista, informativo y a demás un arte decorativo.

"El gran impulso que tuvo la ilustración de libros en el siglo XVIII se debió a la labor de difusión cultural por parte de

---

<sup>17</sup> *Ibidem*.

los intelectuales ilustrados franceses e ingleses."<sup>18</sup> Estas ilustraciones también llegaron a las revistas y publicaciones periódicas. Se preocupaban mas por ilustrar lo actual que realizar una recopilación cultural, de esta manera en Inglaterra aparece un género de ilustración que se refería a la sátira política y social, este genero se convertirá en una de las formas de ilustración más populares del mundo moderno, ya que la manera en que se presenta es muy atractiva y burlona, representación una realidad que va dejando huella.

Podemos mencionar que la historia de la ilustración comienza desde que los artistas de la edad media comienzan a realizar los manuscritos ilustrados, y comienzan a suplantar estas miniaturas de arte por el grabado que surge en el renacimiento. Con ésto acontece la posibilidad de reproducir imágenes en series.

---

<sup>18</sup> *Ibidem*.

## 2.3 LA ILUSTRACIÓN MODERNA Y CONTEMPORÁNEA

Dentro de esto tenemos que "la ilustración moderna llega con la aparición de los métodos de reproducción en color en la segunda mitad del siglo XIX."<sup>19</sup> A partir de este momento la ilustración tomó alternativa de comunicación hacia un medio social.

### 2.3.1 LA ILUSTRACIÓN Y EL CARTELISMO

A partir de este momento es que surge la ilustración moderna y contemporánea. "La segunda mitad del siglo XIX es el momento de auge de la ilustración de carteles y de todo tipo de propaganda gráfica. Muchos autores consideran que el cartelismo nace en Francia, a mediados del siglo XIX con Honoré Daumier (1808-1879) y Edoard Manet (1832-1883)."<sup>20</sup> La técnica y estilo de

estos artistas y de sus seguidores muestran una estética de lo que será un modernismo decorativo (ilustraban por ornamentación), estas ilustraciones mostraban antes que nada una tradición realista y humorística, de las cuales para su representación se basaban en un riguroso dibujo académico que se reflejaba además en las ilustraciones cómicas o en obras infantiles.

"La ilustración moderna llega con la aparición de los métodos de reproducción en color en la segunda mitad del siglo XIX. La serigrafía primero y la impresión a tres y cuatro tintas,"<sup>21</sup> con esto la ilustración a sufrido una difusión universal gracias a los distintos medios de impresión que dan distintas alternativas de comunicación.

### 2.3.2 COMIENZOS DEL SIGLO XX

Los editores y publicistas adquirieron la moda de estilización en las formas que

procedió de los pintores y escultores de vanguardia. Gracias a la expansión comercial de la posguerra, los ilustradores tuvieron la oportunidad de trabajar en formas más modernas y expresionistas, ya que sus trabajos eran realizados para una comunicación masiva de un medio consumista.

La ilustración de estos tiempos estuvo realizada ya no con un fin figurativo sino en juegos visuales, parecido al arte abstracto ya que se trataba de emitir un mensaje de forma concreta con un mínimo de elementos.

Dentro de este siglo aparecieron nuevas técnicas como el fotomontaje y aparatos modernos como el aerógrafo ideal para trabajos de gran formato.

De tal manera que a través de las diversas técnicas de ilustración que se han ido desarrollando con el paso del tiempo, es que el ilustrador de nuestros días cuenta con una gran variedad de alternativas ilustrativas que puede emplear para transmitir cualquier tipo de mensaje.

<sup>19</sup> Manuales Parramón, ibid. p. 8

<sup>20</sup> Ibidem

<sup>21</sup> Ibidem

## 2.4 EL GRABADO Y LA ILUSTRACIÓN EN MÉXICO

En un principio en el México antiguo entre las culturas Teotihuacana, Olmeca, Maya, Totonaca, Chichimeca, Azteca, etc. pintaban sobre piedra y barro a sus emperadores, a su pueblo, dioses, rituales y muerte. A demás estampaban con sellos hechos de madera y barro, cerámicas, tejidos, papel, y piel.

Con la llegada de los españoles se introdujeron nuevas técnicas de impresión, "Fray Juan de Zumarraga en 1539 solicitó al consejo de las indias, en Sevilla la concesión de establecer una prensa y papel de imprimir. En 1543 aparece el primer libro en territorio mexicano, que se llamó Introducción a la doctrina cristiana, impreso por Juan Pablos,"<sup>22</sup> posteriormente Pedro Ocharte, quien hereda la prensa de manos de Juan Pablo, contrata a Juan Ortiz quien inicia un grupo de indígenas

en las artes gráficas. Lo que no se sabe en cuando es que los indígenas comenzaron a imprimir por su propia cuenta.

Además de los grabados en cobre la litografía también se empleó para la elaboración de este tipo de ilustraciones religiosas, de sátira y caricatura política. Dentro de los acontecimientos más importantes que ocurrieron para difundir la labor de las artes, encontramos que "en 1798 Gerónimo Antonio Gil, insigne grabador de tipos, por mandato de Carlos III, La Real Academia de San Carlos."<sup>23</sup> A partir de este momento en la época de la Reforma, surgieron artistas que se encargaban de expresar las opiniones políticas, económicas y sociales del momento, ellos son Constantino Escalante y Santiago Hernández, el grabador de madera Picheta, Manuel Manilla y José Guadalupe Posada.

En 1871 a consecuencia de la aparición del semanario el jicote cuyo principal

atractivo eran las caricaturas litografiadas, editado por el litógrafo Trinidad Pedrosa, es como Posada aprende el oficio y aparecen sus primeras caricaturas y dibujos. Gracias a las creaciones de Posadas es que México a mediados del siglo XIX, marca una nueva pauta del grafismo, enfocado a los sentimientos populares, ilustrando corridos, descripciones de cosas raras, acontecimientos del día y calaveras para el día de muertos.

"La revolución mexicana, sacudió al pueblo en todos los ámbitos penetrando en cada uno de ellos, ésto proporcionó a la producción artística contenidos nuevos, importantes y comprensibles para todos."<sup>24</sup>No solo los murales reflejaban una realidad nacional, sino también los grabadores imprimieron sobre este tema, el cual adquirió conciencia nacional gracias a las transformaciones políticas, económicas y sociales de esta época en México. Lo que más se utilizaba para la

<sup>22</sup> Satue, Enric. *El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*, Madrid, Alianza, 1988, p. 396

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> Satue, Ibid. p. 400

representación de estos temas fue la impresión de estampas, éstas se realizaban en xilografía, con grabados en madera o en linóleo, éste último era el más utilizado ya que resultaba ser más económico y se obtenía la posibilidad de impresión casi ilimitada y llegar a las masas.

“El sucesor de Posadas fue Julio Ruelas, éste creo una gran cantidad de viñetas e ilustraciones para la revista *Moderna*, que fue publicada entre 1898 y 1910. En los treinta surge Leopoldo Méndez, es uno de los fundadores de la asociación de artistas y escritores y del *Taller gráfica popular*, Gabriel Fernández Ledesma funda y edita la revista *Forma* que apareció entre los años 1925 y 1929 patrocinado por la Universidad de México, éste se consagra a la creación de catálogos de excepcional calidad, representando una tendencia artística contemporánea. A éste se suma Francisco Díaz de León quien también

comparte el éxito en el diseño de carteles y catálogos.”<sup>25</sup>

El ilustrador comercial moderno, Miguel Covarrubias, rompe con la tradición nacionalista establecida por Posada y colabora en la década de los 30 para la revista estadounidense *Fortune* como ilustrador de portadas. Miguel Prieto fue profesor de diseño tipográfico en México y revoluciona la producción de diseños para libros, revistas y periódicos. Su discípulo más destacado fue Vicente Rojo (Barcelona, 1932), quien llega a México llegando a ser un destacado e innovador de las artes gráficas en nuestro país. Tiene una importante trayectoria como productor de catálogos, obras y revistas de arte y literatura en el Fondo de Cultura Económica y la Universidad de México. Fue director de la Imprenta Madero, fundada en 1951 por Tomás Expesate y José Azorín y primera en instalar un departamento de diseño.”<sup>26</sup>

Dentro de la imprenta Madero existió el Grupo Madero, un equipo de diseñadores formados en el departamento de diseño, de los que destacan Rafael López Castro, Peggy Espinosa, Bernardo Recamier, Germán Montalvo, Luis Almeida, etc. Josep Renau hizo una gran contribución al cartel cinematográfico, cubiertas de libros y sellos de correos.

Lo más representativo del diseño gráfico en México a partir de los años 60 fue el desarrollo gráfico para las Olimpiadas del 68 y la señalización del metro. México ha sido influenciado por diseñadores gráficos del extranjero, ya que han hecho grandes contribuciones a su desarrollo. Gracias a la Bial Internacional del Cartel en México es que se puede apreciar el trabajo de estos diseñadores, también existen asociaciones como el CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Gráficos e Industriales de México) que se encargan de realizar eventos, convenciones y concursos anuales

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> Satue, *ibid.* p.402

Es importante mencionar que gracias a la historia de la ilustración en México, es que nos podemos dar cuenta como es que esta disciplina se ha desarrollado para la obtención de mensajes, y como es que con el paso del tiempo es más indispensable para que exista una comunicación en masa.

## 2.5 GÉNEROS DE LA ILUSTRACIÓN

Los géneros de la ilustración es aquella clasificación o tipificación de los conceptos relacionados con la ilustración. Es decir, cada ilustración comunica algo, por lo tanto está llena de contenido informativo, dicho contenido forma un concepto, y éste a su vez se coloca dentro de un género. Por ejemplo la realización de una ilustración para una etiqueta, esta ilustración se encuentra dentro de un género publicitario. A continuación analizaremos cada género de la ilustración.

### 2.5.1 ILUSTRACIÓN PUBLICITARIA

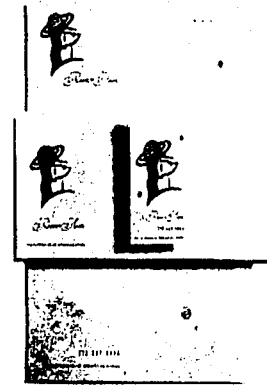
"Las ilustraciones publicitarias están destinadas a complementar o dar forma y personalidad a un producto o marca comercial, o bien a anunciar un acontecimiento. Dentro de este género, se pueden encontrar imágenes comerciales, *packaging* (envoltorios y presentaciones de productos comerciales) e ilustración de moda."<sup>27</sup>

Generalmente este tipo de ilustración tiene gran difusión, generalmente las empresas que contratan estos servicios dan parámetros muy precisos.

#### Imágenes comerciales.

Una empresa generalmente busca apoyo en la ilustración publicitaria, ya que la ilustración de este género es 100 por ciento la imagen pública que se da a conocer de un producto o servicio. Las empresas que demandan este tipo de ilustración exponen parámetros al profesional, ya que de ello depende lo que se quiere dar a conocer. (fig. 1)

<sup>27</sup> Manuales Parramón, op. cit. p 12



1

Ilustración. Sonia Greteman

#### Envoltorios y presentaciones de productos comerciales.

La ilustración dentro de esta área debe estar sujeta a la marca, ya que la línea de producto a mostrar (como en el caso de una línea de productos de belleza) debe presentar pequeñas variaciones para no perder de vista quien promueve.

#### Ilustración de moda

Dentro de esta área publicitaria encontramos que este tipo de ilustración puede representar algún estilo y ser

aplicable en revistas como anuncios publicitarios, a libros de moda y publicidad. Esto también puede ser fuente de inspiración a diseñadores de moda.

### 2.5.2 ILUSTRACIONES NARRATIVAS

“Entre los géneros más comunes de la ilustración destacan aquellos cuyo cometido es conseguir la expresión gráfica de un argumento. Dentro de ésto podemos encontrar las ilustraciones narrativas, que son la ilustración de obras literarias y las ilustraciones infantiles y las que se basan en un guión literario o de tipo cinematográfico como lo son textos e imágenes, cómic, humor gráfico y animación.”<sup>28</sup> El ilustrador de cómic debe interpretar un guión y plasmarlo gráficamente, creando personajes bien caracterizados.

#### Ilustración de obras literarias.

Para este tipo de ilustración es necesario realizar una investigación y reconstrucción muy detallada de lo que se quiere representar. Las narraciones clásicas son las que generalmente exigen un trabajo como éste.

Muchas veces es difícil separar la imagen mental que tenemos de alguna historia, ya que las imágenes que las acompañan llegan a ser muy populares, de esta manera generalmente los editores prefieren ilustrar obras clásicas y no correr el riesgo de que su trabajo no supere lo que ya es popular.

#### Ilustraciones infantiles.

La documentación en éste tipo de ilustración es necesaria, ya que la ilustración de libros pedagógicos requiere ubicarse en la edad del usuario ya sean infantiles o juveniles. Existen libros esquemáticos, hasta narraciones complicadas dependiendo a quien baya dirigido y con que fin. (fig. 2)



2

Ilustración. Gian Paolo Ceserani

### 2.5.3 CÓMIC

Dentro de éste genero “el ilustrador debe ser capaz de interpretar un guión y plasmarlo de forma no muy distinta de la técnica cinematográfica, además de crear personajes bien caracterizados”<sup>29</sup>. El realizador de un cómic debe estar bien especializado, capaz de producir imágenes realistas y sub-realistas.

<sup>28</sup> Manuales Parramón, ibid. p. 14

<sup>29</sup> Manuales Parramón, ibid. p. 17

3



Ilustración. Dwayne Turner  
Danny Miki

### Textos e imágenes.

Dentro de estas ilustraciones debe existir un mismo nivel de importancia el texto y la imagen, de tal manera que entre ellos exista acción en la lectura. Generalmente el creador de cómics trabaja realizando sus ilustraciones y se asocia con guionistas que se adaptan a su estilo de trabajo.

### Cómic

Generalmente este tipo de trabajo exige destreza en la resolución del dibujo, ya que los especialistas emplean pincel y plumilla para un dibujo directo y rápido con pocos elementos que capten la esencia y así ser captado con rapidez por el lector. (fig. 3)

### Humor gráfico.

Este trabajo puede aparentar ser sencillo, pero en realidad se requiere de un trabajo en el cual se domine el trazo de forma y figura humana, para la caracterización de los personajes y su fácil reconocimiento.

### Animación.

Generalmente este tipo de trabajo requiere realizarse por un grupo de expertos especialistas que trabajen en distintas partes de la producción, ya que este trabajo es en su mayoría es técnico y requiere de una planificación especializada. Para la realización de este trabajo, actualmente se necesita del ordenador.

## 2.5.4 ILUSTRACIÓN CONCEPTUAL

“En esta denominación se desarrollan ilustraciones a través de una idea personal nacida de las consideraciones que hace el ilustrador acerca del tema que ha de ilustrar. Dentro de éstas tenemos las ilustraciones creativas, recursos técnicos e ilustraciones decorativas.”<sup>30</sup>

### Ilustraciones creativas.

Generalmente esta ilustración se crea a partir del estilo del ilustrador. La ilustración de este estilo representa ideas generales y se debe conocer la línea editorial de la publicación, para adaptar el trabajo.

### Recursos técnicos.

El recurso de la técnica en algunos profesionales es notable, es por ello que muchas veces se suele caracterizar más por un uso personal de la técnica que por su misma habilidad de

<sup>30</sup> Manuales Parramón, ibid. p. 10

representación. Tomando en cuenta esto, se pueden realizar un tema con ligeros cambios en la distribución de formas y colores.



Ilustración. Marco Tulio Ángel Zárate

#### Ilustraciones decorativas.

Este tipo de ilustración es seguramente el más antiguo ya que actúa meramente como ornamento de la página. Además de esto, puede funcionar también como elementos que enriquecen el diseño gráfico de una publicación, como el

diseño global del libro o revista, como complemento técnico didáctico o documental y como refuerzo de contenidos.

Este género permite que el ilustrador tenga un margen más amplio a la creatividad y estilo personal del profesional. (fig. 4)

#### 2.5.5 ILUSTRACIÓN CIENTÍFICA

“La ilustración científica es uno de los medios más efectivos de exponer informaciones precisas y detalladas acerca de temas que requieren un importante apoyo visual. Dentro de esto podemos encontrar imágenes científicas y representaciones de lo invisible.”<sup>31</sup>

En la actualidad la fotografía no ha desplazado el trabajo del ilustrador en esta área, ya que una ilustración bien realizada permite observar con mucho detalle cada parte de algún cuerpo.

Antiguamente estas ilustraciones eran hechas en grabados.

#### Imágenes científicas.

Este tipo de imágenes exigen del ilustrador una información ajustada a lo que se desea transmitir de los datos significativos del tema. En este caso el ilustrador ubica su imagen de acuerdo al tipo de publicación en que se colocará, ya que no es lo mismo transmitirla al público en general, que a personas especializadas, en este caso debe funcionar como aclaraciones gráficas de los conceptos. En el caso de ser colocado en un libro escolar, revista, etc. (como medio informativo), puede existir mayor libertad creativa en la ilustración.

#### Representaciones de lo invisible.

Este tipo de ilustración muestra algo que no puede ser visible a simple vista, y el ilustrador se tiene que basar en lo que ya está establecido, al menos que interprete correctamente los datos científicos. (fig. 5)

<sup>31</sup> Manuales Parramón, ibid. p. 18



5

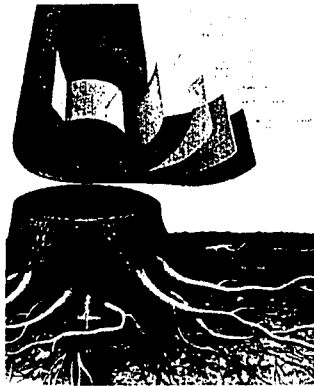


Ilustración. John Murphy

### 2.5.6 ILUSTRACIÓN TÉCNICA

"Los adelantos de la técnica y de las ciencias en general exigen representaciones claras que sean verdaderamente útiles como referencia fiable del mecanismo, los componentes y las funciones específicas de una máquina, un organismo o un sistema natural. Dentro de éste podemos

encontrar imágenes de mecánica y reconstrucciones."<sup>32</sup>

Hoy en día los medios informáticos constituyen una gran ayuda para el profesional, pero con la utilización de métodos tradicionales se pueden obtener trabajos de excelente calidad no menor que la del ordenador.

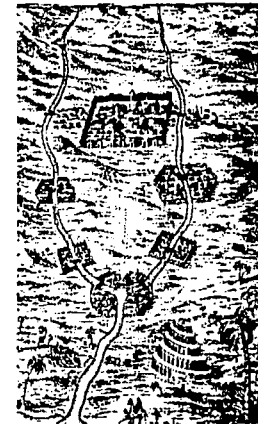
#### Imágenes de mecánica.

Este tipo de técnica exige ilustraciones muy especializadas, ya que deben de ser lo más concretamente posible. Generalmente son trabajos realizados a escala con vistas específicas de lo que se quiere representar. En este caso se puede encontrar ilustraciones de objetos mecánicos, vistas en perspectiva, componentes internos de un objeto, diagramas y esquemas del funcionamiento de una máquina que generalmente se representa bidimensionalmente.

#### Reconstrucciones.

Estas ilustraciones imaginarias se basan en datos reales que se consiguen a través de la documentación y depende del ilustrador que la imagen este completa en información y sea clara en su forma. Dentro de éste se puede representar la geología, flora, fauna, reconstrucciones arquitectónicas, la vida prehistórica, etc. (fig. 6)

6



Antigua Babilonia  
Enciclopedia Antiguas  
civilizaciones0

<sup>32</sup> Manuales Parramón, ibid. p. 20

## 2.6 HERRAMIENTAS

La palabra herramienta proviene del latín "*ferramenta*", que quiere decir "instrumento de hierro".<sup>33</sup> La palabra herramienta tiene una relación con su palabra de origen, instrumento del latín "*instrumentum*", que guarda un vínculo estrecho con la palabra instruir del latín "*instruere*" que quiere decir "con lo que se construye."<sup>34</sup> Esto se encuentra relacionado con el trabajo del diseñador gráfico, ya que éste requiere de herramientas de trabajo para poder ilustrar las diferentes técnicas de representación.

Se encuentra una variedad infinita de herramientas, así como objetos de punta, de precisión, de corte, digitales, etc. Las podemos encontrar en el mercado donde los creativos se surten, o bien las que son ingenieras según las necesidades del creativo.

A continuación mencionaremos las herramientas más usuales del ilustrador.

### Herramientas para dibujar.

#### Lápiz

El lápiz es una herramienta que contiene grafito, con él podemos dibujar trazos y tenemos la ventaja de rectificar con una goma. Éste generalmente se utiliza para realizar apuntes rápidos y también como técnica de representación, dentro de ellos destacan, el lápiz grafito, lápices de color, lápiz de carbón, lápices portaminas, lápices marcadores de mina fina, lápiz conté, y tiza grasa.

#### Plumas.

Éstas contienen un depósito de tinta de secado rápido, entre los diferentes tipos encontramos los siguientes: plumas de mojar, pluma fuente, graphos y estilógrafos.

#### Rotuladores.

Éstos son marcadores, plumines o plumones, se dividen según la materia prima con la que se componen, se pueden encontrar en base acuosa, alcohólica o en aceite, éstos se dividen

en: puntas de fieltro con fibra, bolígrafo fluido o rotulador de bola y chinagraph.

#### Gomas.

Éstas sirven para retener partículas grises y evitar manchar en el papel, existe una variedad diversa de gomas plásticas para resolver problemas en diversas técnicas y éstas son: goma blanda ó de migajón, goma moldeable, goma de plástico para tinta, cojín limpiador, folioplast y el modelo de pilas,

### Herramientas de medición y trazo.

Este tipo de herramienta nos sirve para efectuar medidas ó trazos que muchas veces el creativo necesita realizar y que generalmente a mano alzada no se pueden dar fácilmente. Dentro de ésto podemos encontrar los instrumentos de calcado y las reglas.

#### Instrumentos de calcado.

Dentro de ellos podemos mencionar la pantalla para dibujar y el pantógrafo.

<sup>33</sup> Pequeño Larousse Ilustrado, p. 537

<sup>34</sup> Ibid. p. 584

Reglas.

Casi todas están hechas del material llamado plexiglás, algunas cuentas con división milimétrica y una longitud entre 30 y 50 mm. Entre las que generalmente utiliza el creativo tenemos la regla T, regla de corte, escuadras, transportadores, reglas para paralelas, tipómetro, plantillas de rotulación de plástico, plantillas de diversas figuras (las hay en diversas curvas, elipses, círculos, etc.), curvígrafo, etc.

#### Herramientas de precisión.

Son aquellas herramientas que nos sirven para realizar dibujos en donde necesitamos precisión, a continuación mencionaremos.

Compases

Entre ellos encontramos el compás de varas, compás acotado, compás cortador y el tiralíneas con bisagra cruzada.

Además de los compases podemos agregar a este tipo de herramientas el cuentahilos, la lupa de reducción y la de

aumento; ya que también funcionan para la realización de un trabajo de precisión.

#### Instrumentos de corte y afilado.

Las herramientas de corte son indispensables para la realización de un trabajo de ilustración, ya va desde el corte de un soporte, hasta la realización de una técnica como es en caso del raspado de algún material para dar un efecto o terminado. Dentro de las herramientas de este tipo podemos mencionar como las más usuales la cuchilla, tijeras, bisturís, *cutter* (cuchillas seccionables retráctiles), *x-acto* (escalpelos), guillotinas, etc.

Dentro de los instrumentos de afilado encontramos afilalápices de madera, afila minas, y raspador de papel de lija.

#### Herramientas para pigmentos.

Para la aplicación de pigmentos son necesarias las herramientas que funcionan de acuerdo al material y al terminado que se necesita. En ellas podemos encontrar pinceles y otro tipo

de herramientas que mencionaremos enseguida.

Pinceles.

Dentro de éstos podemos mencionar los pinceles cuadrados, redondos, planos, mezcladores con pelo de tejón, de abanico, de barnizado, chinos, etc. Además de los pinceles podemos mencionar, espátulas, recipientes, godetes y paletas, difuminados, esponjas, aerógrafos, etc.

#### Artículos adhesivos y fijativos.

Generalmente este tipo de herramientas ayudan a enmascarillar o bloquear algunas zonas de trabajo, pegar papel según se requiera y para la protección de trabajos. Podemos mencionar máscara de enmascarillado, líquido para enmascarillar, goma pegamento, goma en spray, adhesivo de PVA., papel engomado, barniz de papel, barniz de modelar, fijativo, opaco fotográfico, cinta adhesiva de ambas caras, cinta adhesiva, cinta mágica, etc.

### Máquinas de luz.

Este tipo de herramienta generalmente se usa para poder observar una imagen ya sea para retoque o para proyectar imágenes y ser transferidas. Estas pueden ser cajas de luz, visualizador, máquina de copias húmedas, proyector de cuerpos opacos, ampliadora óptica, lámparas, etc.

### Herramientas accesorias.

Éstas sirven como apoyo a la ilustración ya que con su uso se facilita la técnica por nombrar algunos tenemos: el atomizador, cepillo de dientes, etc.

### Herramientas digitales.

Éstas generalmente son computadoras que funcionan por medio de periféricos de digitalización como el escáner, cámaras digitales, tabletas digitalizadoras, periféricos de salida como los monitores e impresoras, programas de software e internet.

## 2.7 TÉCNICAS Y MATERIALES

A continuación presentaremos algunas de las técnicas de ilustración y materiales más convencionales entre los creativos gráficos de nuestros días.

### Acrílicos.

Las pinturas acrílicas se diluyen en agua y se secan con rapidez, esta técnica proporciona resultados parecidos a los del óleo. Se permite además pintar un color sobre otro en tipo transparencias, trabajándolo de un color claro a oscuro.

- Técnica: éstas se pueden pulverizar, raspar, modelar, dar textura e incluso combinarse con otros medios. Comúnmente se trabaja a partir de manchas sobre un dibujo previo, ya después se comienza a modelar a partir de distintas graduaciones, ya sean claras u oscuras y se puede realizar mediante densas pinceladas, por último los detalles se pueden realizar con un pincel muy fino ya sobre el color seco.

- Materiales: se venden en tubos o recipientes de plástico, existen dos

clases en acetato de polivinilo y polímetros acrílicos.

### Acuarela.

Las pinturas de acuarela se diluyen en agua, su principal característica es la transparencia en forma de etapas, además se puede aplicar en diferentes grados de disolución ofreciendo sutileza en su terminado y gran riqueza en sus matices.

-Técnica: para comenzar a trabajar se debe realizar un dibujo, el cual debe estar perfectamente dibujado a lápiz muy tenue. Se comienza a trabajar de lo general a lo particular, es decir de grandes manchas a pequeños detalles, posteriormente, obtenidas las manchas principales se comienza a modelar a partir de una nueva capa de color muy disuelto sobre la parte que se quiere trabajar, ésta prepara el terreno para agregar nuevas capas de color que formaran las sombras y así en toda la ilustración. Posteriormente los detalles se efectúan con retoques mínimos para no estropear la transparencia.

- Materiales: están constituidos por pigmentos de origen vegetal, mineral o animal. Se encuentra en presentación de pastillas, tubo, líquidas y en lápices.

### Aerógrafo.

Con esta técnica se consiguen ilustraciones de gran calidad, se utiliza para obtener detalles muy definidos o colorear áreas muy extensas.

- Técnica: en este caso es indispensable antes de trabajar sobre el área realizar un dibujo previo muy detallado ya que esta técnica se construye a partir de enmascarillados que se van descubriendo de a cuerdo a lo que se va pintando, ésta es la esencia del trabajo en aerógrafo, ya que todo el proceso se efectúa de esta manera y se puede dar un terminado con efectos de retoque y reserva de blancos. Además del enmascarillado se pueden dar efectos de textura con pedazos de cartón o plantillas.

- Materiales: se utiliza la tinta y las acuarelas.

### Guache.

Esta técnica no difiere mucho de la acuarela, solo que sus colores son más sólidos y opacos. Esto da cómo alternativa al ilustrador el empleo de una técnica con la cual se pueden crear zonas transparentes y opacas.

-Técnica: la técnica del guache es muy parecida a la de la acuarela, ya que los dos procedimientos se basan en la disolución del color con agua y la aplicación en mancha, solo que el guache presenta colores más opacos. Esto ayuda a la realización de imágenes en las que se mezclan zonas transparentes y opacas, ésto además da lugar a su manipulación por medio de efectos (como es en el caso de salpicados con cepillos o brochas), que hacen que el trabajo resulte muy interesante.

- Materiales: se encuentran en tubos de estaño o en frascos, así como también son vendidos como colores para diseñadores.

### Lápices de color.

Son fáciles de utilizar en cualquier motivo, no manchan y son compatibles para trabajar con cualquier otra técnica.

- Técnica: dentro de esta técnica se puede obtener una ilustración realista solamente que se utilice como soporte un papel muy liso. Dentro de esta técnica generalmente se obtienen trabajos coloreados y no pintados, por eso mediante el trazo se pueden modelar las formas. Para el terminado de la ilustración la punta del color se afila extremadamente fina, con ésto además, se obtienen sombreados muy interesantes en forma de tramas.

- Materiales: las minas de los lápices de color se obtienen por la mezcla de arcilla, pigmentos orgánicos, y químicos.

### Pastel.

Esta técnica permite crear obras con mucho colorido como es en el caso de la saturación, hasta la creación de trabajos muy delicados.

- Técnica: la técnica se realiza según el terminado que se quiera obtener, ya que

si se necesita un terminado coloreado ligero de manera lineal, es conveniente utilizar pasteles duros. En el caso de los pasteles blandos, el terminado que producen es de color saturado mucho más intenso que si se empleara un pastel duro. Dentro de esto es importante mencionar que el trabajo en pastel, requiere de fijadores para que las partículas de pintura no se vuelen. En la actualidad existen fijadores de muy buena calidad, que no alteran ni oscurecen el color original.

-Materiales.

Dentro de éstos se encuentran pasteles secos que a su vez se dividen en blandos y duros, además de existir también lápices pastel.

Rotuladores.

Los rotuladores permiten la elaboración de bocetos que ayudan a presentar al cliente una clara idea sobre la imagen final. También se obtienen ilustraciones con gran acabado.

-Técnica: además de la elaboración de bocetos finales, con el rotulador se

pueden realizar trabajos muy interesantes. La aplicación de los colores se debe realizar desde el dibujo previo para no alterar los colores más adelante. Cuando se realiza un trabajo con rotulador éste se debe hacer de claro a oscuro, ya que suelen presentar transparencia. También existe la mezcla de color directo, en la cual se superponen los colores (deben ser colores de la misma gama para generar matices diferentes) para crear sombras u oscurecer un color.

La aplicación de los rotuladores acuarelables puede dar un resultado parecido al de la acuarela, pero los colores son más intensos, menos transparentes y menos aptos para efecto de aguada.

- Materiales: existen dos tipos, los disolventes y los solubles en agua.

Procesos con tinta.

Esta técnica se puede trabajar bajo diversos tratamientos según la herramienta que se utilice para su aplicación.

- Técnica:

La calidad de la línea puede variar según la punta de la plumilla, caña o lo que se utilice.

En cuanto al color no se recomienda mezclarlos directamente, ya que por lo general se ensucian y quedan turbios, se recomienda que la mezcla sea mediante trazos sobre el papel.

- Materiales: dentro de esta técnica se pueden ocupar tintas no resistentes al agua, tinta china para tintero, para pluma y pincel, tinta china de dibujo negra para tintero, botella o cartucho, pluma o pincel, cargador de tinta china y tinta de la india.

Pluma.

Con esta técnica podemos obtener líneas y figuras, teniendo como resultado trabajos sumamente precisos e impactantes.

Dentro de esta técnica se permite trabajar con cualquier tipo de pluma, plumilla, caña, estilógrafo, pincel, plumas de mojar, pluma fuente y graphos.

-Técnica: tenemos que tipo de técnica es ideal para ilustraciones en blanco y negro, se permiten distintos grosores en la calidad de línea, según la posición de la caña, el tipo de pluma, o la numeración de los grafos y estilógrafos. Con la utilización de esta técnica podemos obtener tramados, sombreados suaves o saturados y plastas, pudiéndose crear imágenes desde muy detalladas, hasta la creación de un logotipo. En el caso de la aplicación de tinta china sobre papel albanene si se puede corregir.

- Materiales. Se utiliza la tinta china, para las herramientas que se pueden rellenar o las que se pueden mojar y la tinta que ya viene incluida en algunas plumas.

#### Scratch. (Cartulina estucada)

Imagen en blanco y negro que se obtiene al raspar el cartón entintado.

-Técnica: Se traza el dibujo estableciendo las áreas negras o blancas, raspando la superficie de cartón negro mostrando el color blanco

que está debajo, añadiendo áreas de medio tono con el rayado y tramado de rayas o puntos. Esta técnica es difícil porque sólo admite un margen de error mínimo.

-Materiales: Tinta, pincel suave y plano, hojas para escalfar que se puedan sujetar al palillero de una plumilla, las hay de filo de forma de rombo, de gubias y de punta corriente.

#### Collage.

Dentro de este procedimiento se emplea imágenes encontradas con la mezcla de distintos materiales.

- Técnica: el diseño de estas ilustraciones debe ser muy sencillo, debido a que la complejidad podría distorsionar la esencia del mensaje.

- Materiales: Fotografías, todo tipo de papeles, pequeños objetos, textos impresos, todo lo que se puede pegar o fijar sobre la superficie, cutter, tijeras y diferentes pegamentos, sus soportes pueden ser lienzos, cartones, papeles gruesos o cartulinas.

#### Ordenador.

En la aplicación de esta técnica nos muestra un trabajo similar al del aerógrafo (ya que se trabaja por medio de la selección de partes), y para su realización se debe tener un alto nivel de dibujo, mucha práctica y destreza al manejar el ratón.

Técnica: se pueden realizar trabajos escaneando una fotografía y pintando sobre ella para dar un acabado parecido al del aerógrafo, o se dibuja y colorea cada ilustración como si se emplearan las técnicas tradicionales.

- Materiales: los principales materiales que se emplean para la realización de este trabajo son el ordenador, paquetes de software, unidades de entrada para tener las imágenes (escáner, floppy, zip, Jazz, cd) y de salida para visualizar y obtener nuestro trabajo.

Es importante mencionar, que para la realización de ilustraciones además de necesitar de las técnicas y de los materiales, requerimos también de un soporte que haga visible nuestro

trabajo. A continuación nos referiremos a ello.

## 2.8 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAPEL COMO SOPORTE

Es muy importante hablar del papel como soporte, ya que gracias a él las imágenes pueden colocarse y obtener el terminado deseado. A través de esto se puede transmitir un mensaje, se podría decir que el papel es el soporte universal ya que se puede trabajar dentro de él la gran mayoría de las técnicas.

### Papel.

El papel es lo que más se emplea como soporte, ya que existen distintos tipos con diferentes características cada uno, éste da opción a la aplicación de los distintos materiales y obtener el terminado que se espera. Además de estas ventajas, hay que mencionar que el papel es económico a comparación de las telas y maderas, que aparte de todo,

hay que preparar con anticipación para su utilización. "El papel o la cartulina es el único soporte válido para procedimientos como la tinta, la acuarela, el guache y los lápices de colores."<sup>35</sup> Esto se debe a que la tinta trabaja bien sobre un papel liso o satinado, de lo contrario se encontraría con dificultad al momento de deslizar la plumilla, o la herramienta que se utilice en su aplicación. El papel que se utilice como soporte de la acuarela y el guache debe ser más grueso y absorbente. Los lápices de color tiene como característica un trazo delgado y poco cubriente, no es ideal aplicarlo sobre superficies, si se quiere obtener textura en el acabado se debe emplear sobre papeles muy granulados, pero impide detallar el trabajo. Los trabajos en lápices de color se trabajan en un formato pequeño, ya que si se trata de ilustrar en gran tamaño se utilizan solo como auxiliares.

### Soportes porosos.

Es el soporte ideal para los rotuladores es el papel poroso; claro, no se debe exceder ya que de lo contrario la punta se atascaría y habría un exceso de tinta. Los soportes recomendables para los rotuladores podrían ser papeles lisos, satinados, vegetales e incluso acetatos para los plumones de tinta permanente.

### Soportes para pintura acrílica.

Este tipo de pintura se puede trabajar sobre soportes ligeramente absorbentes como cartulinas, cartones maderas selladas, telas preparadas superficies lisas, etc. excepto los grasosos o totalmente satinados.

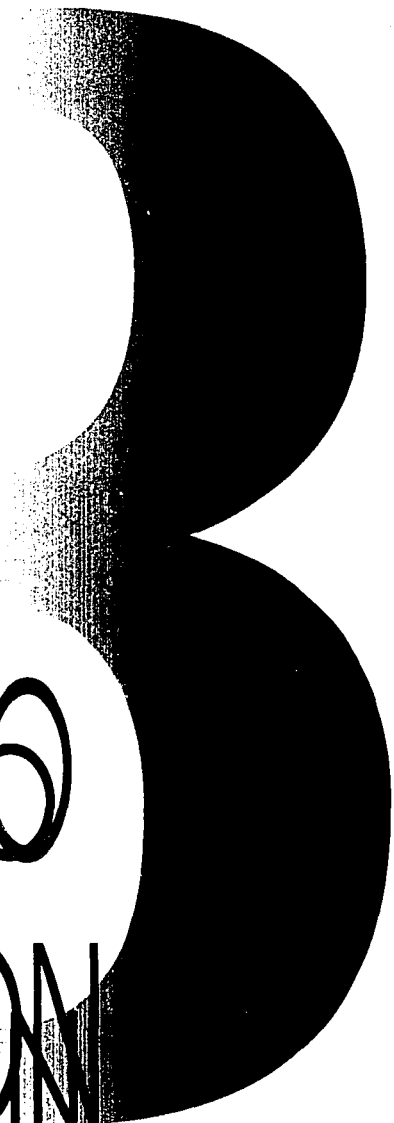
Podemos concluir dentro de este capítulo, que para poder ilustrar necesitamos conocer las diferentes técnicas, materiales y soportes. Para adecuar nuestro trabajo según nos convenga, de a cuerdo a lo que se necesita o se requiere transmitir.

<sup>35</sup> Manuales Parramón, op. cit. p. 62



C  
A  
P  
Í  
T  
U  
L  
O

EMPRESA O  
EMPRESA O  
INSTITUCIÓN  
INSTITUCIÓN



## CAPITULO III EMPRESA O INSTITUCION

A través de este capítulo, es que podremos obtener una visión general de quien es nuestro cliente y que es lo que necesita comunicar dentro de sus necesidades. Por otro lado mencionaremos algunas alternativas que nos brinda el diseño gráfico para la realización de nuestra propuesta gráfica. Además obtendremos información sobre el usuario a quien va a ir dirigido el mensaje.

Comenzaremos por mencionar que es *Modar lubo*.

### 3 CARACTERÍSTICAS DE *Modar lubo*

"*Modar lubo*" es una tienda en la cual podemos adquirir ropa y accesorios para la mujer joven. Generalizando, cabe mencionar que las chicas de esta edad demandan artículos que están siempre en boga, por lo tanto, la tienda se

encuentra en constante renovación en cuanto a sus artículos se refiere.

Esta tienda adquiere su mercancía con la compra a mayoreo, nada se confecciona o fabrica dentro de ella.

De los artículos que encontramos principalmente son blusas, pantalones, ropa interior y accesorios, todo esto adquirido y seleccionado especialmente para este tipo de mujer.

Dentro de la tienda las chicas reciben un trato amable y cordial, además, se encuentran en un ambiente joven, rodeado de luz, color y música del momento.

### 3.1 HISTORIA DE LA EMPRESA

Modar Lubo inicia en 1999, contando con muy pocos recursos económicos para su sustentación, por lo que su presupuesto no bastaba para montar un negocio formal.

En un principio el cliente desconocía todo lo relacionado con ese negocio y carecía de una experiencia que le

ayudara a la evolución de su tienda en cuanto a ventas. A partir de ese momento es que surge la necesidad de información que le ayudara a la introducción de esta área de trabajo. Es por ello que poco a poco a través de visitas a tiendas en las que encontraba este tipo de ropa, revistas, televisión y lo que veía a su alrededor, es lo que le comunicaba el gusto de las chicas. De tal manera su negocio fue acrecentando ventas, y con ésto fue obteniendo mejores resultados.

A partir del momento en que las ventas de Modar lubo fueron evolucionando, se contó con un capital sólido que respaldara este negocio, por consiguiente, es que surge la necesidad de promover sus servicios.

### 3.2. UBICACIÓN Y NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LA ZONA EN QUE SE ESTABLECE *Modar lubo*

Esta tienda se encuentra ubicada en una colonia popular dentro de la delegación

Gustavo A. Madero, es una zona donde prevalece un nivel económico medio.

El precio que encontramos en los artículos de esta tienda es de muy bajo costo, por lo tanto el usuario constantemente se encuentra interesado en la adquisición de productos nuevos.

A pesar de que *Modar lubo* no se encuentra establecida en una zona comercial, se tiene la ventaja de estar sobre una avenida por la cual pasa mucha gente que se dirige a su casa, escuela, trabajo, etc.

### 3.3 DEFINICIÓN DE MERCADOTECNIA

“ La mercadotecnia es el conjunto de actividades que ayudan a satisfacer las necesidades, gustos o deseos de los consumidores a través del intercambio de productos”.<sup>1</sup>

Dentro de esto cabe mencionar que el único objetivo de nuestro cliente, es adquirir mercancía del gusto de las

consumidoras para satisfacer sus necesidades.

Dentro de la industria, “se averigua qué es lo que el cliente desea y entonces trata de fabricar un producto que satisfaga este deseo y que produzca una utilidad”<sup>2</sup>. Esto lo podemos ver claramente en el campo de la moda ya que los fabricantes, trabajan de acuerdo a lo que el consumidor demanda. En general, la industria de la ropa debe estar en constante renovación, ya que en la actualidad con el paso de la globalización, se sufren constantes cambios dentro del campo de la moda, por consiguiente, los fabricantes lo toman en consideración para la producción de su mercancía.

En el caso particular de *Modar lubo* nuestro cliente elige del mercado lo que está en boga y lo que su clientela le exige. Esto lo trabaja de tal manera ya que es lo que le genera ganancias.

A pesar de que *Modar lubo* es una tienda pequeña, su estructura interna

funciona sobre la base de la mercadotecnia.

#### 3.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MERCANCÍA DE *Modar lubo*, BASÁNDOSE EN LA MERCADOTECNIA.

De los distintos estilos de ropa, nuestro cliente adquiere en su compra solo una línea de productos, esto quiere decir, “un amplio grupo de productos o servicios básicamente parecidos entre si”<sup>3</sup>. Por lo que el estilo de ropa que se maneja dentro de la tienda siempre es el mismo, ya que solo se piensa en el tipo de clientela que se tiene.

Además hay que tomar en consideración que el producto que se comercializa dentro de la tienda cumple con un ciclo de vida; es decir, “la vida de un producto es el período desde que aparece por primera vez en el mercado

<sup>1</sup> Danel Patricia. *Fundamentos de la mercadotecnia*, México, Trillas, 1990. p. 20

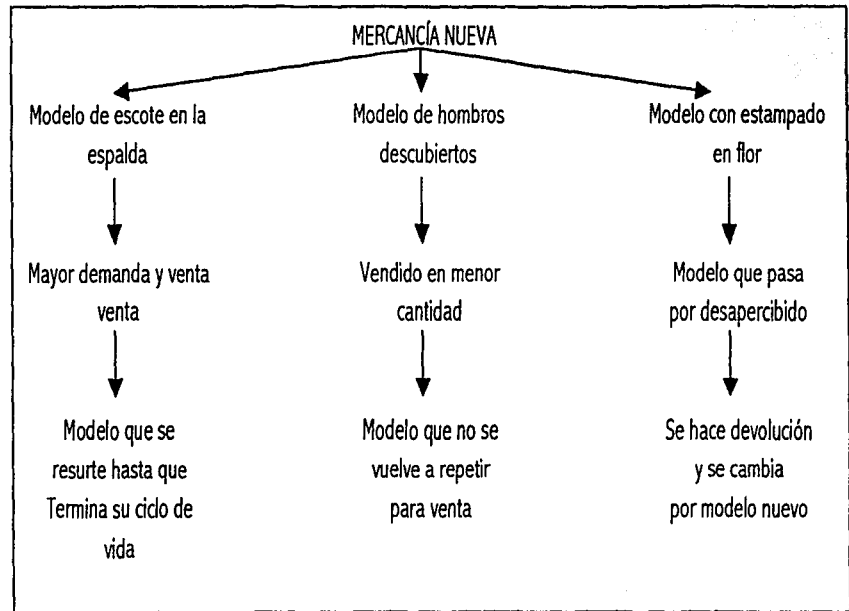
<sup>2</sup> Danel, *ibid.* p. 22

<sup>3</sup> Cnye Bemard. *Planeación del producto*, Litográfica Ingramex, 1970, U.S.A., traducido por Maria Antonia Esteve. p. 15

hasta el momento que se retira de él"<sup>4</sup>. Como ya mencionamos anteriormente, los modelos en la ropa, son de los artículos que cumplen con un ciclo corto de vida, debido a las modas que van de paso.

Enseguida mostraremos un esquema que nos ayudará a entender la organización de Modar lubo en la adquisición y remodelación de su mercancía. Es importante destacar que ésta se renueva por semana. (fig. 7)

El proceso de cambio de dicha mercancía es indispensable en esta organización, ya que es lo que atrae a las consumidoras y es lo que hace su visita constante. La mercancía que se renueva una vez por semana son las blusas, debido a su mayor demanda, Aproximadamente 40 modelos distintos de blusas son los que se surten cada ocho días, con tres variantes de color cada una.



7

<sup>4</sup> Ibidem

La mercancía que se renueva una vez por semana son las blusas, debido a su mayor demanda, Aproximadamente 40 modelos distintos de blusas son los que se surten cada ocho días, con tres variantes de color respectivamente.

### 3.4 COMPETENCIA DE *Modar lubo*

La competencia de esta tienda se da principalmente dentro de la misma colonia pero en la zona comercial. Ésto tiene como consecuencia que los precios que se da en estos lugares es mas elevado, generalmente debido a las rentas, sueldo de empleados, gastos, etc.

También podemos mencionar como competencia el comercio informal, este tipo de comercio no solventa grandes gastos y es por ello que las prendas son baratas. En estos lugares se corre el riesgo de que la ropa se pueda maltratar con el traslado diario, además no se cuenta con un vestidor para medirse la ropa e irse convencida de lo que

compra. En la mayoría de las veces estos lugares no ofrecen garantía.

### 3.5 USUARIO

El usuario de mayor importancia para *Modar lubo* dentro de la venta y demanda de sus productos, es en su gran mayoría chicas adolescentes. Éstas se preocupan por su aspecto físico y pretenden seguir un prototipo ideal de la moda, es por ello que el adquirir prendas y accesorios, se convierte en una necesidad básica dentro de una sociedad de consumo, dejando a un lado, el vestir como verdadera necesidad básica.

#### 3.5.1 CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO

Dentro de este punto trataremos de mostrar el perfil del usuario de *Modar lubo*, ya que esta información será de mucha utilidad para conocer al público al

que hay que dirigirse en la elaboración de nuestro trabajo.

- En su gran mayoría son mujeres adolescentes, ésto se da ya que dentro de esta tienda se vende solo ropa informal del momento para este tipo de chicas.
- El tipo de usuario se encuentra entre los 12 y 18 años de edad; estamos hablando de la edad en que las mujeres comienzan a resaltar los rasgos distintivos de su físico y su arreglo personal.
- En el nivel económico medio es en el que se encuentran situadas el tipo de clientela de *Modar lubo*.
- Generalmente son chicas de físico fino y complexión delgada, el común prototipo del físico ideal de la mujer actual.
- En su mayoría son adolescentes extrovertidas en su modo de vestir, ya que por lo general el tipo de prendas que se adquiere en este lugar son ligeras,

escotadas, entalladas o que hacen resaltar el físico.

### 3.5.2 NECESIDADES DEL USUARIO

- Para este tipo de usuario es necesario estar a la moda, ya que por lo general el medio en el que se encuentran siempre habrá alguien que porte algo, que sea de su interés.
- Existe un deseo constante de renovar el guardarropa, ya que día a día aparecen nuevos modelos que son del gusto del usuario.
- Existe también renovación de ropa que se genera de acuerdo a las diferentes estaciones del año.
- Es necesario ubicarnos en los lugares donde se desenvuelven las adolescentes, en particular, en la zona urbana. Por lo tanto generalmente nos podremos dar cuenta que son lugares en los

cuales la ropa se presenta de un tipo informal.

### 3.5.3 VENTAJAS DEL USUARIO AL COMPRAR EN *Modar lubo*.

Dentro de esto podemos mencionar que las chicas que visitan este lugar, gozan de grandes ventajas que ofrece la tienda, y estas son las siguientes:

- Los precios son económicos en comparación a la competencia.
- Dentro de la tienda las chicas encontraran siempre lo que está de moda.
- Facilidades de pago en la adquisición de sus productos.
- Descuentos con la compra en efectivo.
- Sistema de apartado
- Trato cordial y amable.
- Ambiente juvenil y agradable.
- Existencia de probadores.
- En la ropa existe una gran variedad de modelos y colores.

### 3.5.4 INTERES DEL USUARIO EN LA ADQUISICIÓN DE ROPA

A consecuencia de lo anterior podemos mencionar que las principales causas que existen para la adquisición de la ropa, son:

- Por la necesidad que se tiene para cubrir el cuerpo del clima.
- Por estar a la moda.
- Para llamar la atención y elevar su ego.
- Por cultura.

Tomando en cuenta las principales necesidades del usuario, situándonos en la actualidad y observando lo que pasa a nuestro alrededor, nos podemos dar cuenta que todo lo que se nos ofrece forma parte de necesidades. Centrándonos en nuestro tema, las adolescentes adquieren ropa moderna por necesidad. Pero esto en realidad es una cultura de consumo que se nos ha impuesto tal vez sin darnos cuenta. Brevemente a continuación hablaremos de este tema.

### 3.6 LA EDUCACIÓN EN LA NECESIDAD DE CONSUMO.

Se dice que "al provocar asociaciones de ideas agradables, generamos simpatía. Provoquemos pues, agradables sentimientos y lisonjeras reacciones del fondo instintivo. Contribuiremos con ello a la generación del deseo. Demos lugar con nuestros anuncios, por palabras persuasivas, por el grafismo de las ilustraciones, por los gráficos y datos estadísticos, por las pruebas aportadas, por las afirmaciones de autoridad, por la presentación de dictámenes, referencias, muestras, etc., según los casos que el público acoja nuestras proposiciones confiadamente, porque así será deseado lo que le ofrezcamos."<sup>5</sup> En realidad es así como funciona la educación del consumo, que se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo y que en casi todo el mundo se encuentra presente mostrando lo innecesario por algo indispensable.

<sup>5</sup> Prat, Pedro. *Publicidad combativa*, Barcelona, Labor, 1953, p. 166

### 3.7 ANÁLISIS DE PRODUCTOS EXISTENTES.

A través de este análisis es que nos podremos dar cuenta que es lo que existe como competencia y tomar esto en consideración para competir y llegar con fuerza e impacto al consumidor.

Dentro del análisis de productos existentes analizaremos algunas marcas que no son de gran renombre, ya que son el tipo de competencia al que se enfrenta Modar lubo.

De cada marca se analizará sus características en cuanto a un aspecto estético.

A continuación se describirá brevemente las características que se tomarán en cuenta en el análisis de productos existentes:

Color: Será analizado según las características que presente la marca, tomando en cuenta que el tipo de ropa que se promueve es juvenil.

El impacto visual se analizará de acuerdo a la atracción que pueda tener la

imagen, ya sea por medio de formas, o contenidos elementales.

Composición: Dentro de esto se analizará brevemente, los elementos que contenga la imagen y que sean funcionales a su mensaje.

Legibilidad en la tipografía: Aquí se analizará la tipografía que se utiliza, y como funciona en composición a la imagen.

Técnica: Se mencionara cuales son las técnicas que se pueden emplear para obtener dicho resultado.

En las siguientes páginas presentaremos las imágenes y las características, del análisis de productos existentes que se requiere para saber con quien va a competir nuestro cliente imagen.

### 3.7.1 CUADROS DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS EXISTENTES



JALAGAT

COLOR	IMPACTO VISUAL	COMPOSICIÓN	LEGIBILIDAD EN LA TIPOGRAFÍA	TECNICA
Destacan los colores azul y rojo, mezcla de calido y frio. La chica presenta un atuendo muy primaveral, por lo lo tanto el azul no le va muy bien.	Puede llegar a ser atractiva la imagen, por la manera en que se presenta la pose y el cabello de la mujer.	La tipografía y la figura femenina en su conjunto presentan armonía.	La tipografía dentro de la imagen pierde impacto, ya que los colores que se emplean se pierden con el fondo.	Para obtener el resultado de esta imagen, podemos aplicar la técnica del aerógrafo o la del ordenador.





ByC

COLOR	IMPACTO VISUAL	COMPOSICIÓN	LEGIBILIDAD EN LA TIPOGRAFÍA	TECNICA
La gama de azul que predomina en esta imagen, ofrece un resultado muy agradable.	La composición en general resulta agradable, ya que el color ofrece un gran atractivo.	La chica y los colores que la rodean, pueden destacar de una manera interesante.	Las dos principales letras adquieren fuerza por el tamaño, pero el color no es el mas indicado, ya que opaca un poco la imagen.	La fotografia y la computadora facilitan éste trabajo.



GOGAR

COLOR	IMPACTO VISUAL	COMPOSICIÓN	LEGIBILIDAD EN LA TIPOGRAFÍA	TECNICA
Destaca de primera impresión el color rosa de la tipografía, aunque los colores mezclados del fondo, son difusos entre si creando distorsión en la imagen.	Su forma es muy austera, carece de elementos que puedan atraer la atención.	Es un diseño bastante simétrico y en conjunto parece aburrido.	La tipografía que se emplea es legible en cuanto a estilo (palo seco), color y tamaño.	Las técnicas que se pueden emplear son las del aerógrafo, ordenador y técnica mixta.



NANCY

COLOR	IMPACTO VISUAL	COMPOSICIÓN	LEGIBILIDAD EN LA TIPOGRAFÍA	TECNICA
Destaca el color amarillo, ideal para representar a la juventud ya que es un color cálido, muy alegre y con gran fuerza visual.	El rostro de la chica atrae en primera instancia, pero su expresión es bastante aburrida.	La exageración que se da en el rostro puede llegar a funcionar como imagen.	Existe un buen contraste en el color de la tipografía y el fondo, se aprecia bien la composición de la imagen en total.	La tipografía y la computadora son la mejor alternativa para obtener éste resultado.

C  
A  
P  
Í  
T  
U  
L  
O

PROPUESTA  
PROPUESTA  
/  
GRÁFICA  
GRÁFICA

## CAPITULO IV PROYECTO DE DISEÑO

### 4 LA ILUSTRACIÓN APLICADA EN LA IMAGEN CORPORATIVA PARA UNA TIENDA DE ROPA.

Es a partir de este momento que procederemos a trabajar gráficamente nuestro tema; y por ello tomaremos en cuenta los capítulos pasados para aprovechar las alternativas con las que se cuenta para la elaboración de un trabajo de comunicación visual.

Por medio de la imagen que se realice se observará la importancia del diseño gráfico, ya que a partir de él, se puede desarrollar un concepto cualquiera que sea útil para promover bienes y servicios, en este caso es hacia un fin comercial.

Se definirá cual es la técnica de ilustración que mejor nos convenga usar, apegándonos a las necesidades del cliente. Tomaremos

en cuenta también: el presupuesto, el dominio de la técnica y las herramientas con las que se cuentan.

Para la elaboración de nuestra imagen será necesario tomar en cuenta el capítulo III ya que tiene que ver con todo lo relacionado a las necesidades de nuestro cliente; así mismo, se desarrollará un trabajo que consista en mostrar todo un proceso de diseño; tomando en cuenta la técnica o técnicas que se pueden utilizar: el bocetaje, la selección de imagen, pruebas y significado del color aplicado, inserción de tipografía y su justificación del color, etc.

Por lo tanto en este capítulo se observará como se llega a un resultado final de un trabajo de ilustración, tomando en cuenta para su elaboración el aspecto teórico y técnico que se requiera.

Es importante destacar que todo lo que se encuentre dentro de la imagen debe estar justificado basándose en las necesidades del cliente, por lo tanto no

se debe escapar ningún detalle que se encuentre en sus características.

#### 4.1 DETECCIÓN DE NECESIDADES

Por medio de la detección de necesidades es que nos daremos cuenta de lo que el cliente necesita. Entre ello podemos mencionar lo siguiente:

- Encontramos como principal punto la necesidad de dar a conocer sus servicios para elevar sus ventas.
- Requiere de una imagen que funcione como identidad.
- El medio de identificación (la imagen) entre el usuario y *Modar lupo* deberá considerar las características de la tienda.
- El cliente necesita que la imagen sea simple en su forma para que las chicas capten de la mejor manera el mensaje que les sea transmitido.

- Por medio de la imagen se transmitirán los conceptos de femineidad, modernidad, juventud, coquetería, belleza, y un estilo de ropa informal.
- La necesidad de una imagen que con la ayuda de luces, espejos y música genere un ambiente ideal en el que las chicas se sientan identificadas.

#### 4.2 INTERVENCIÓN DEL DISEÑO ANTE LA NECESIDAD DE PROMOVER *Modar lubo*.

Tomado en consideración las necesidades de nuestro cliente, de promover su tienda e incrementar sus ventas, tenemos la obligación de hacer uso del diseño gráfico. Es a partir de este momento, que analizaremos las cualidades y

alternativas que ésta disciplina nos ofrece ante la necesidad de comunicar y promover visualmente.

Comencemos por definir los términos, que nos pudieran ayudar a la representación de la tienda de ropa por medio de la imagen, éstos son:

##### Logotipo.

El logotipo "habla de una manera directa e instantánea y entrega su mercancía con un significado mínimo,"<sup>1</sup> se podría decir que el logotipo es la representación de lo que se vende, y quizás resulta ser de las imágenes mas sintetizadas; pero un buen trabajo de éste tipo puede quedar fácilmente registrado en la mente de quien lo ve. Un logotipo puede formar parte de una marca. Podemos dar como ejemplo el logotipo de la marca *Minolta*, lo podemos encontrar en conjunto con su nombre de marca; o independiente ya

que el logotipo solo, puede llegar a funcionar como marca también. (fig. 8)



ε MINOLTA

##### Marca

Las marcas "son los medios por los cuales los comerciantes distinguen sus productos o servicios de los que ofrecen otros, encaja en dos grandes categorías, nombres de marcas e imágenes de marca,"<sup>2</sup> dentro de éstas se pueden encontrar logotipos, nombres de marcas, e imágenes de marcas. En éste

<sup>1</sup> *Diseño de logotipos*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998, p. 70

<sup>2</sup> Murphy, John y Rowe, Michael. *Como diseñar marcas y logotipos*, Barcelona, 3ª ed. Gustavo Gili, 1992, p. 6

ejemplo se puede observar la marca de un refresco manejada en composición con una imagen. (fig.9)



9

#### Identidad.

Podemos decir que "toda organización necesita de un sentido de finalidad claro, que todos sus integrantes deben conocer; estos necesitan a su vez una fuerte sensación de pertenencia. Finalidad y dependencia son los dos factores de la identidad"<sup>3</sup>; es decir toda organización consta de una

<sup>3</sup> Wally Olins. *Identidad corporativa*, Barcelona, Celeste, 1991, p. 7

estructura interna que muchas veces se quieren dar a notar. Para esto solo basta con investigar fuertemente su estructura interna y lo que se quiere transmitir para poder reflejar su esencia. Como un ejemplo (fig. 10), se puede observar la imagen corporativa de la empresa *Bimbo*, podemos determinar que es una imagen corporativa, ya que la manera en que se muestra, refleja la finalidad que tiene; esto es, promover su producto, mostrando su pertenencia por medio de elementos atractivos como lo es el atuendo de un chef, lo blanco de la limpieza, la seguridad que brinda la cara del osito a través de su expresión, etc., esto con el único objetivo de vender.

10



Tomando en cuenta lo anterior, podemos llegar a la conclusión que la mejor manera de representar *Modar lubo* es por medio de una imagen corporativa; ya que lo que se pretende, es reflejar pertenencia de a cuerdo a los artículos que se venden en éste lugar. Una vez dicho lo que se pretende hacer y como lo podemos solucionar, es muy importante dejar en claro el propósito de apoyarnos en una imagen corporativa. Se dice que la identidad corporativa es algo mucho mas allá que simple diseño, ya que "abarca una compleja red de disciplinas de gestión como conducta organizativa, marketing, comunicación e investigación y casi siempre, diseño en sus formas más relevantes"<sup>4</sup>; por eso es que, nuestro trabajo de investigación sobre como es que funciona *Modar lubo*, nos será de mucha utilidad, ya que a partir de esto, nuestra imagen será justificada y por lo tanto cumplir el

<sup>4</sup> Wally Olins. *Imagen corporativa internacional*, Barcelona, Gustavo Gili, 1995, p. 8

cometido de llegar con fuerza a las consumidoras.

Es importante mencionar que el diseño gráfico, muchas veces funciona como un encargo, ya que la mayoría de las veces el trabajo de investigación es realizado por especialistas en las distintas áreas que operan dentro de una empresa; claro que esto no desmerece el trabajo del diseñador ya que es el principal hacedor en el proceso de transmisión de un mensaje de éste tipo.

Es importante mencionar que no se crean imágenes corporativas solo para corporaciones grandes, ya que desde una tienda pequeña, hasta una escuela, necesitan de una identidad visual que las respalde y en la gran mayoría de las veces en un campo competitivo las proteja. Se dice que "una imagen corporativa cuenta con un valor añadido"<sup>5</sup>, es

decir, dicho valor es el encargado de agrandar al público al que se dirige y el que le da vida, duración y efectividad a una imagen.

#### 4.3 REQUERIMIENTOS DE UN PROYECTO DE DISEÑO.

Para la elaboración de la imagen corporativa de *Modar lubo*, será necesario tomar en cuenta los requerimientos de un proyecto de diseño, ya que por medio de éstos se considerarán los principales caracteres estéticos de lo que se promoverá.

##### 4.3.1 REQUERIMIENTOS DE USO

Estos requerimientos por su contenido se refieren a aquella reciprocidad entre el producto y el usuario.

##### 4.3.1.1 PRACTICIDAD

Es el funcionamiento en la relación producto usuario.

- Factor: la ilustración deberá estar dirigida y ser captada por mujeres entre los 12 y 18 años de edad.
- Parámetro: la imagen de la tienda deberá destacar el cuerpo estético de una mujer joven.

##### 4.3.2 REQUERIMIENTOS DE FUNCIÓN

Por su contenido son aquellos que hacen que un producto funcione.

##### 4.3.2.1 MECANISMO

Por su estructura es lo que dará funcionalidad al producto.

- Factor: deberá contener elementos atractivos para una mujer joven.

<sup>5</sup> Wally, Olins. *Imagen corporativa internacional*, Barcelona, Gustavo Gili 1995. p. 10



- Parámetros: deberá destacar el cuerpo y la ropa de una manera atractiva.

#### 4.3.3 REQUERIMIENTOS FORMALES

Por su contenido se refiere a las características estéticas del producto.

##### 4.3.3.1 ESTILO

Es la apariencia que da el producto por el tratamiento de sus formas.

- Factor: deberá mostrar un estilo informal de ropa juvenil.
- Parámetros: destacará el cuerpo joven de una mujer con pantalón de mezclilla y blusa ligera.

##### 4.3.3.2 UNIDAD

Es la cualidad de la forma de un producto, como es en el caso de simplicidad en la forma.

- Factor: deberá contener simplicidad en su forma para que sea captada rápidamente.
- Parámetro: la imagen deberá sintetizarse en líneas.

##### 4.3.3.3 INTERÉS

Es el uso de elementos formales que atraen y mantienen la atención visual.

- Factor: la imagen deberá presentar contrastes de color.
- Parámetro: deberá ser en blanco y negro con un color rojo extra.

A continuación presentaremos una serie de información que nos ayudará a la introducción del trabajo práctico que es la elaboración de la ilustración para la

creación de la imagen corporativa de una tienda de ropa.

#### 4.4 PROCESO DE REPRODUCCIÓN DE LA ILUSTRACIÓN

Basándose en los requerimientos de un proyecto de diseño, se pretende llegar a la ilustración que satisfaga lo que el cliente requiere (la identidad de *Modar Lobo* y así incrementar ventas) es por ello que tendrá que destacar en ella el producto a promover (la ropa) y concentrarse al público al que se pretende llegar.

Para que la imagen pueda cumplir con su objetivo y llegar al público al que va dirigido es importante tomar en cuenta los requerimientos y así destacar las principales características de la tienda mostrando lo que a éste tipo de mujer le gusta.

Es importante ubicar el medio en el cual se desarrollan este tipo de chicas y podemos encontrar que generalmente las adolescentes del nivel económico

medio visten ropa de un estilo informal, ya que por lo general son estudiantes que se trasladan en transporte público y se encuentran en un ambiente en el cual no se presta otro estilo de vestir más cómodo.

Como elemento distintivo de la mujer de esta edad destaca en primera instancia el físico, por ello nos concentraremos en él para la realización de nuestro trabajo; además, nos será de utilidad hablar de los términos de juventud, belleza, sensualidad, sex-appeal y moda, ya que en ellos se puede reflejar perfectamente una mujer joven. A continuación los definiremos.

- Juventud, "se inicia con la pubertad y sigue con la adolescencia".<sup>6</sup> Por lo tanto podemos mencionar dentro de esto que generalmente las jovencitas en esta etapa

de la vida están llenas de sueños, ilusiones, fantasías, locuras, amor, vivacidad, etc. Por lo tanto nuestra imagen debe reflejar todo esto.

- Belleza, "armonía y perfección de una persona o cosa".<sup>7</sup> En verdad es que la belleza no impera; y es por ello que la mujer trata de alcanzarla por otros medios; en este caso, la ropa, los accesorios, etc.
- Sensual, "aplicase a los deleites o goces de los sentidos, a las cosas que los incitan o satisfacen y a las personas aficionadas a ellos".<sup>8</sup> A la edad y al género al que nos referimos, generalmente una de las cosas que incitan al goce de los sentidos es precisamente la ropa, ya que con ella en nuestra cultura la mayoría de las veces se puede atraer más la atención.

- Sex-appeal, "atracción física de una persona".<sup>9</sup> Esto generalmente se da a través del arreglo personal, y dentro de esto influye mucho la ropa ya que para las chicas en esta etapa de la vida el vestido es una de sus mayores demandas.
- Moda, "uso pasajero que está en boga durante cierto tiempo o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos. La moda es un lenguaje que expone las realidades humanas de una época".<sup>10</sup> Debido a esto, las chicas van cambiando su atuendo constantemente y muy seguido necesitan de algo nuevo que la moda expone e impone.

Los términos que acabamos de mencionar son los que darán vida a nuestra imagen corporativa, ya que con

<sup>6</sup> Enciclopédico universo, México, Fernández editores, p. 610.

<sup>7</sup> Ibid. p. 139.

<sup>8</sup> Enciclopédico universo, ibid. p. 1015

<sup>9</sup> Enciclopédico. Ibid. p. 1021.

<sup>10</sup> Enciclopédico Ibid. p. 736.

su manejo se realizara el concepto de la mujer joven, y así crear una imagen que compita.

#### 4.5 POSIBLES TECNICAS A UTILIZAR

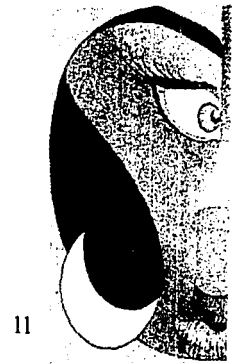
Es aquí donde destacaremos cuales son las técnicas que por sus características de aplicación y terminado son las que mejor nos conviene emplear en la elaboración de nuestro trabajo y así obtener el resultado que se pretende alcanzar, se tiene la idea de obtener un trabajo sin mucho detalle y pocas líneas que ayuden a detallar un poco la imagen, además de aplicar solamente el color negro dentro de la ilustración y aprovechar el fondo claro del soporte, por lo tanto consideraremos esto para la elección de la técnica que mejor nos convenga utilizar.

##### 4.5.1 LAPIZ GRAFITO

Como lo que se pretende obtener es un trabajo en el cual se aproveche el fondo claro del papel éste material resulta una buena alternativa de uso ya que se pueden rescatar partes claras del papel. En cuanto a la técnica resulto no ser la adecuada ya que los degradados que se realizaron complicaron la imagen.

Lo que se pretende al realizar esta ilustración es obtener un trabajo que se acerque a lo que buscamos como imagen, como lo es la belleza, la sensualidad, etc. Se decidió eliminar esta idea ya que lo que se realizo no alcanzo a satisfacer los requerimientos que buscábamos.

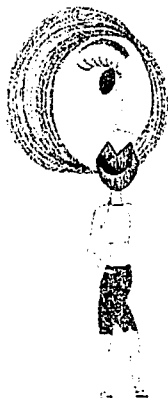
En vez de resultar una imagen simple, resulto ser una imagen complicada que podría alterar el concepto principal. (fig.11)



##### 4.5.2 TINTA CHINA.

La tinta china se aplico en forma de aguada, el resultado que se obtuvo mejoró ya que se elimino un poco mas de detalle, solo se delíneo la imagen, para poder resaltar algunos rasgos.

A pesar de que esta imagen mejora la anterior, aún no satisfacía por completo el resultado obtenido, ya que resultaba ser muy poco atractivo y deformaba la idea principal. (fig. 12)



12

Después de haber contemplado nuevamente toda la información que se tenía; se llegó a la conclusión de trabajar el concepto de tal manera que el resultado que se obtuviera captara la esencia del mensaje con muy pocos elementos y de manera más atractiva.

#### 4.5.3 PLUMA

Esta técnica aplicada con estilógrafo permite obtener un color en plasta,

además se pueden crear líneas, delgadas y gruesas con uniformidad en su grosor. La aplicación del color negro de la tinta se puede aprovechar para obtener un resultado contrastante sobre un fondo blanco como lo podemos ver en el ejemplo. (fig. 13)



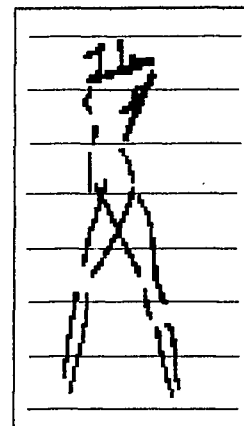
13

De acuerdo a lo anterior podemos determinar que la técnica apropiada es la aplicación de tinta china con estilógrafo, ya que se necesita hacer uso del color en plasta y el manejo de líneas para llegar a un concepto en el que se encuentren formas simples y sencillas.

#### 4.6 PROCESO DE BOCETAJE.

Como un principio se tiene la elaboración de este boceto, en el cual

podimos encontrar la proporción adecuada de la figura femenina para posteriormente trabajar sobre él. (fig. 14)



14

Como un principio se tomará en cuenta el concepto de la mujer joven, no olvidando que lo que se quiere es vender la ropa de *Modar Luba*. Dentro de dicho concepto destacaremos a la mujer, manejando el concepto: juventud, belleza, sex-appeal, moda y cuerpo estético.

Tomando en cuenta estos puntos se comienza a elaborar una serie de

bocetos lo cual permitirá obtener la esencia de lo que se busca, en este caso podemos observar las figs. 15, 16 y 17 que nos muestran una serie de ideas de lo que podría funcionar para representar nuestro concepto.

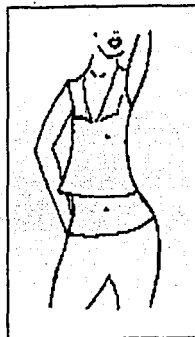
15



16



17



A continuación analizaremos y trabajaremos más cada uno de esos bocetos que nos ayudaran a elegir la opción que mejor se acerque a lo que buscamos.

En la fig. 18 podemos observar características de una mujer joven, la postura del cuerpo nos puede mostrar la ropa, pero se podría manejar el concepto con menos elementos y con una postura más dinámica.

18



Dentro de la fig. 19 podemos ver una pose que nos permite percibir perfectamente la anatomía femenina; sin embargo se podría obtener el concepto de una manera más simple.

19



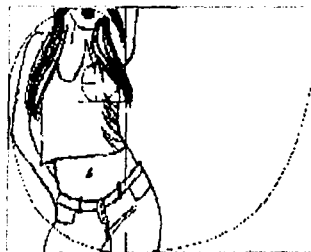
En la Fig. 20 podemos encontrar un mínimo de detalles que nos pueden ayudar a encontrar un resultado simple en su forma y poder aprovechar cada uno de sus elementos. Por lo tanto sé a determinado que por su simplicidad es el que mejor se acerca a nuestras necesidades y así trabajar sobre él resaltando las características de mayor importancia.



20

Para la elaboración de los bocetos de las figs. 18, 19 y 20, se utilizó como soporte papel albanene, como material tinta china y como herramienta se utilizó el estilógrafo.

la fig. 21 nos muestra que podemos analizar que podemos explotar al máximo esta imagen, ya que se pueda trabajar destacando la ropa que es el elemento principal, una parte del rostro y el cabello.



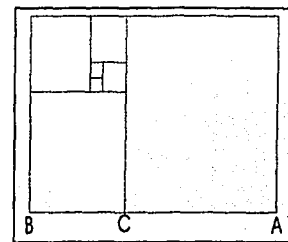
21

Es importante mencionar que la imagen está justificada sobre un rectángulo áureo, ya que es una de las posibilidades que nos da la sección áurea, que permite dividir un formato armoniosamente. A continuación nos referiremos a ello para su mejor entendimiento.

#### 4.7 JUSTIFICACIÓN DEL FORMATO

La proporción áurea o número de oro se define de la siguiente manera:

"Es el equilibrio de las diferencias. Es además, mensura, economía, simpleza."<sup>11</sup> Esto nos ayuda a obtener un formato sobre el cual podemos trabajar. (fig. 22) Pablo Tosto lo muestra de la siguiente manera:



22

AB es el TODO y mide 1000 mm.  
AC es la MAYOR y mide 618 mm.  
CB es la MENOR y mide 382 mm.

<sup>11</sup> Tosto Pablo, *La composición áurea en las artes plásticas*, 2ª ed. Argentina, Librería Hachette S.A. 1983, p. 14

1000 dividido 618 da 1,618  
618 dividido 382 da 1.618

Como podemos observar en la fig. 21, encontramos el rectángulo sobre el cual fue colocada nuestra imagen.

Hay que destacar que la parte del cuerpo que se utilizará, se encuentra colocada en un encuadre que resulta tener armonía, por lo que de ésta manera podemos justificar nuestra imagen colocada en un espacio.

En los bocetos de la fig. 23, 24 y 25 podemos observar el manejo de plasta en la elaboración de la ropa, marcando una jerarquización de los elementos con el color negro, lo cual adquiere mas poder visual la ropa en plasta negra que el blanco del pantalón de la fig. 23

23



25



24



#### 4.8 LA APLICACIÓN DEL COLOR NEGRO EN CONTRASTE CON EL BLANCO.

La imagen se manejará en color negro ya que junto con el blanco adquiere gran fuerza visual. Enseguida se analizará brevemente el significado del color negro. Negro es:

"Triste, infausto"<sup>12</sup>

"(Según Luckiesh) Simboliza desgracia, duelo, lobregez,

<sup>12</sup> Enciclopédico universo, op. cit. p. 771

oscuridad, noche, ignominia, misterio de la nada, desesperanza, terror, horror, maldad, satanismo, crimen y muerte".<sup>13</sup>

Por los significados anteriores observemos que el color negro se guía meramente hacia algo negativo, y en este caso no se comparten dichas terminologías; ya que "el negro es uno de los colores mas poderosos, pero debe su mala reputación a los caprichos y usos inventados por la humanidad".<sup>14</sup>

Pero una cosa es hablar del negro, y otra del blanco y negro, de lo cual nos referiremos enseguida.

Se dice que "el negro, el más oscuro de los colores concebibles, se aplica con suma eficacia a una superficie, porque borra aquello que la cubría originalmente. El blanco, el mas claro de los colores concebibles,

también es opaco, pero debe aplicarse en espesor si se desea cubrir una superficie."<sup>15</sup> Generalmente el color negro se aplica sobre superficie blanca, ya que comúnmente se maneja así, debido a que es más común encontrar soportes blancos que negros.

Gracias a los contrastes que se obtienen con la aplicación del color negro la tinta china negra es la que vamos a emplear en nuestro trabajo.

#### 4.9 JUSTIFICACIÓN DEL ENCUADRE.

Además de lo anterior, es importante mencionar que el encuadre y la posición en la que se encuentra la figura femenina son los adecuados para apreciar los elementos que deben destacar de la imagen, ya que se puede apreciar perfectamente la ropa con la que se vistió a la chica que es una ombliguera y un pantalón a la cadera,

esto es para destacar el cuerpo de una manera atractiva.

#### 4. 10 IMAGEN REPRESENTATIVA DE *Modar lubo*.

Una vez teniendo la idea principal se comienza a elaborar la imagen con un buen acabado, realizándolo con lo misma técnica, material y herramientas, solo que se hizo uso extra del curvígrafo, para obtener precisión en las líneas curvas que son en su mayoría. De esta manera se llevo al resultado final que cumple con todo lo requerido. (fig. 26)



26

<sup>13</sup> Ortiz, Georgina. *El significado de los colores*, México, Trillas. 1992. p. 103

<sup>14</sup> Ibidem

<sup>15</sup> Wong, Wucius. *Principios del diseño en color*, Barcelona, 5ª ed., Gustavo Gili, 1999.

p. 26



#### 4.11 ALTERNATIVAS TIPOGRAFÍAS.

Ya adquirida la imagen sobre la cual vamos a trabajar se procederá a elegir la tipografía que mejor nos convenga utilizar. Como herramienta para la inserción de tipografía a nuestro trabajo utilizaremos la computadora. A continuación mencionaremos las ventajas que se obtienen de ella en su aplicación.

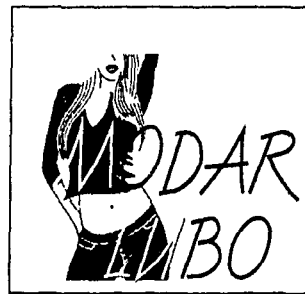
- Facilita y se ahorra tiempo de trabajo.
- Se encuentra una gran variedad de familias tipográficas.
- Resulta más fácil la inserción de la tipografía.
- Se obtienen resultados con muy buena calidad.

El programa que se utilizó para el estilo gráfico fue Corel Draw 8, y para la inserción de imágenes al programa se utilizó un scanner.

En la fig. 27 se maneja la fuente *matisse* /*ITC*; esta tipografía resulta en cuanto a su forma un poco agresiva por las terminaciones en punta.



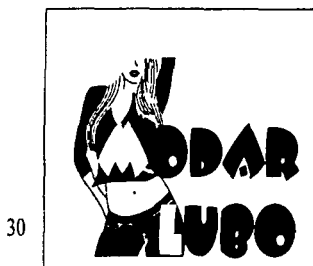
En la fig. 28 se maneja la fuente *surfer*, se pierde por ser tan delgada. A pesar de que da una expresión de movimiento junto con la imagen, su composición global no es muy agradable.



En la fig. 29 se maneja la fuente *kelt*; esta tipografía como composición dentro de la misma imagen es agradable y fácil en su lectura. En esta tipografía predominan las líneas curvas lo cual se lleva bien con las mismas curvas de la imagen.

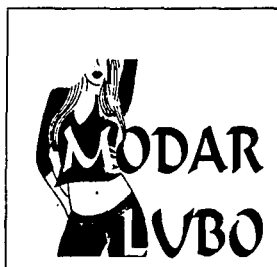


En la fig. 30 se inserta la fuente *Beesknees*, es una tipografía muy redonda y pesada, lo cual en la imagen gana peso en cuanto a atención, por lo tanto no es la más indicada para aplicarse.



30

En la fig. 31 se presenta la fuente *Flat Brush*, esta tipografía resulta agradable en su forma junto con la imagen, pero atrae mas la atención la tipografía ya que es un poco más pesada que la imagen.



31

Dicho lo anterior podemos decir que la tipografía que mejor nos conviene usar es la *Kelt* ya que sale de lo comun y presenta dinamismo, en altas y bajas. A consecuencia de la tipografía se colocara un corazon que actue como unidad en la composición general, al cual se le aplicara un degradado para mostrar una imagen sutil. Dicha figura termina de encerrar el concepto que se a estado manejando, ya que las chicas a las que va dirigido el producto se identifican con ese tipo de imágenes. Por el resultado final que se obtuvo, esta imagen es la representativa ya que en cuanto a contenido y forma es la que mejor funciona. fig. 32

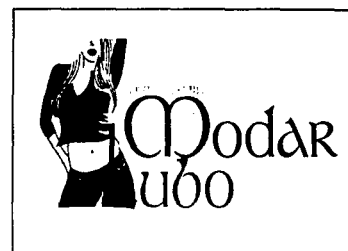


32

#### 4.12. PRUEBAS Y ELECCION DE COLOR.

Ahora podremos observar las variantes en color, y podremos darnos cuenta como es que cambia el concepto dependiendo el color que se aplique. A continuación analizaremos brevemente cada uno de ellos.

- Cian, pantone 2925 CV, este color no actúa bien dentro de un concepto juvenil ya que es un color frío, y por lo tanto se ve muy serio. Fig. 33



33

- Amarillo intenso, pantone 116 CV, este color situado sobre fondo blanco pierde su fuerza visual. (fig. 34)

34



- Magenta, pantone 219 CV, es un color que va muy de acuerdo con la juventud femenina ya que se encuentra dentro de la tonalidad de rosas, es muy contrastante en blanco y negro. (fig. 35)

35



- Chartre use, pantone 368 CV, con la aplicación de este color se pierde el concepto que se necesita ya que la imagen da un aspecto muy ecologista por ser un tono verde. (fig. 36)

36



- Añil intenso, pantone 668 CV, el resultado que se obtiene con la aplicación de este color es muy sutil y agradable pero pierde fuerza. (fig. 37)

37



- Rojo neón, pantone 199 CV, este color tiene gran fuerza en cuanto al impacto visual y en conjunto con el blanco del fondo y el negro se genera una composición agradable. ( fig. 38)

38



El color rojo neón es el que mas nos conviene aplicar ya que aparte de tener gran impacto visual, en cuanto a su concepto es el que mejor cumple con las características que requerimos para nuestro trabajo. A continuación se presentan algunos de los significados que tiene el color rojo. Rojo significa:

-Según Luckiesh "este color es representativo de algunas emociones, ya que éstas provocan rubor en el rostro"<sup>16</sup>.

-Según Kandinsky "es el color que es como una luz que irradia energía"<sup>17</sup>.

-Según Graves dice que "el color rojo es el color mas fuerte y posee gran poder de atracción, es positivo, agresivo y

<sup>16</sup> Ortiz, Op. cit. p 87

<sup>17</sup> Ibidem

excitante; simboliza una pasión primitiva y fuertes emociones"<sup>18</sup>.

-Según Escudero "el rojo representa el color de intensidad afectiva y afecto apasionado"<sup>19</sup>.

"El rojo es el color del corazón, del espíritu, del amor"<sup>20</sup>.

De acuerdo a lo anterior se pretende aplicar el color rojo en el corazón, labios y tipografía de la imagen para que adquiera mayor fuerza visual como lo vemos en la fig. 38.

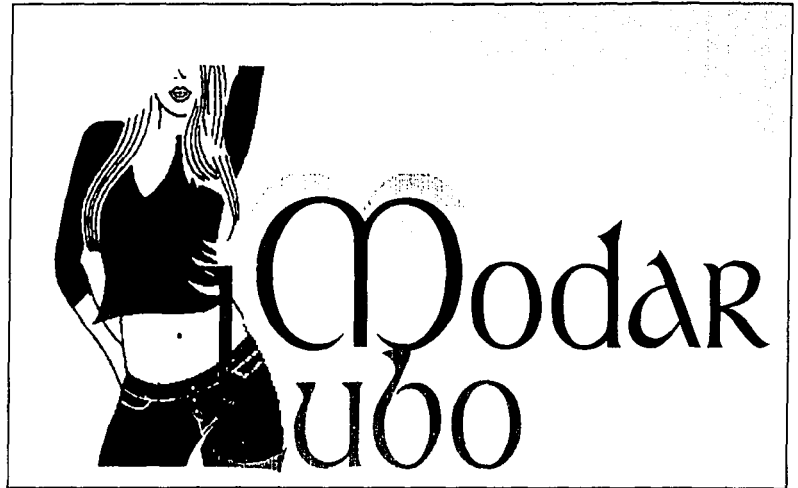
#### 4. 13 IMAGEN CORPORATIVA DE *Modar lubo*.

La fig. 39 nos muestra el resultado final de nuestro trabajo, de esta manera habremos concluido con nuestro cometido; pero es

<sup>18</sup> Ortiz, ibid, p. 87 y 88

<sup>19</sup> Ortiz, ibid. p. 88

<sup>20</sup> Ibidem.



importante mencionar la utilidad que se le dará a esta imagen, por lo tanto procederemos a la aplicación de la imagen en material publicitario que nuestro cliente necesita para ser identificado y ser tomado en cuenta cuando aparezca la necesidad de adquirir el tipo de artículos que el ofrece. El material publicitario que se presente ante el cliente será en forma de dummies.

#### 4. 14 APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA A MATERIAL PUBLICITARIO.

Cabe mencionar que el material publicitario que se realice, no va a estar hecho con el fin de ser adquirido y desecharlo rápidamente como suele suceder en el caso de los volantes por ejemplo. Lo que se pretende, es que las chicas conserven éstos objetos el más tiempo posible, por lo tanto estos

objetos deben presentar alguna funcionalidad. A continuación se presentará el material publicitario que mejor nos conviene usar ante dicha necesidad.

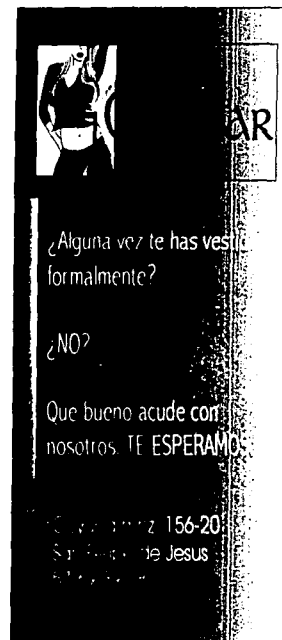
#### 4.14.1. CALENDARIO DE BOLSILLO

Un calendario de bolsillo puede resultar un objeto ideal para aplicar nuestra imagen, ya que por tener un ciclo de vida de un año puede estar presente en el uso de las consumidoras, y en consecuencia recordar a *Modar lubo* constantemente.

Un calendario de bolsillo puede circular como una tarjeta comercial, por lo tanto es importante incluir dentro de él la imagen corporativa de la tienda, dirección, y teléfono como datos más importantes.

En las figuras 40 y 41 podemos apreciar el calendario que podría funcionar para promocionar Modar lubo.

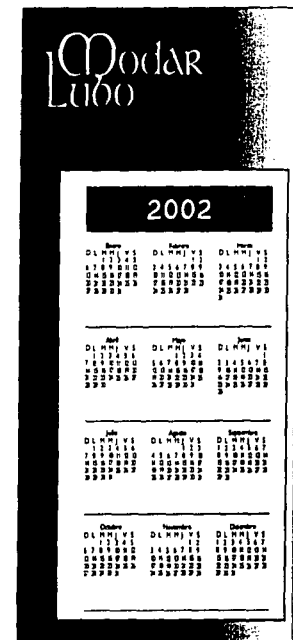
Las medidas que se muestran son las reales (5 X 9 cm. Tamaño bolsillo) y la frase que presenta, es para atraer y dar seguridad a las consumidoras.



40

#### 4.14.2. POSTALES

Como lo que se pretende es crear publicidad que no sea desechable, se ha pensado en colocar nuestra imagen corporativa en tarjetas postales; en nuestros días es fácil encontrar de estas



41

en la mayoría de las tiendas de ropa, teniendo como finalidad que éste material sea para conservarse o coleccionarse. En este caso en particular, la postal contendrá una frase distinta a la del calendario. (fig. 42)

En la parte trasera se apreciará un fondo de agua que permita seguir leyendo el nombre de la tienda, se colocaran los datos de éste lugar y se dirigirá un mensaje juvenil a las consumidoras. (fig. 43)

El tamaño real de la tarjeta postal es de 14.5 X 9.5 cm.



42

Disfruta de tu juventud y cuidate.

43

Coyuca mzn.156-20, San Felipe de Jesus, 57 69 39 18

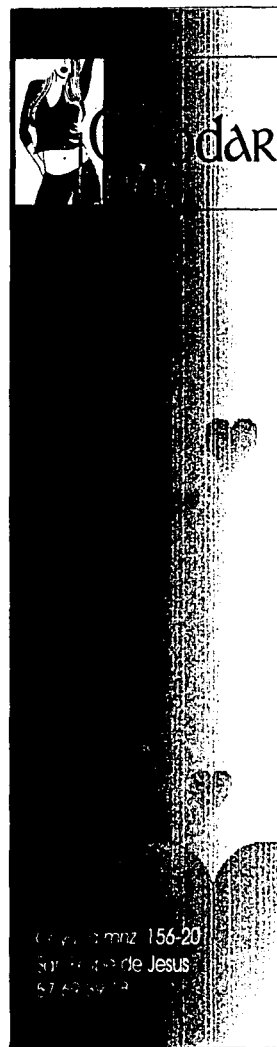
#### 4.14.3 SEPARADOR DE LIBROS.

El separador de libros es una opción que se tiene ante la necesidad de promocionar Modar lubo, ya que como lo dijimos anteriormente, se busca un objeto sobre el cual apoyar nuestra imagen y que tenga un uso para no desecharlo tan a la ligera.

Las figuras 44 y 45 nos muestran el tamaño real del separador y sus medidas son 5 X 15 cm.

Como ya mencionamos anteriormente, el color negro permite obtener grandes contrastes junto con algunos colores. En éste caso funciona de tal manera, ya que con el fondo blanco y el rojo neón de la tipografía y en los corazones proporciona gran contraste. Es por ello que se coloca como base de nuestro material publicitario, solo que *sufre una modificación*, ya que se trabaja en forma de degradado para que la imagen no sea pesada visualmente.

44



45



De esta manera se obtiene un trabajo que a pesar de que predomina el color negro, no es el que tiene mayor peso visual.

Con esto queda concluido nuestro trabajo y solo cabe mencionar que gracias al diseño gráfico y sus áreas de trabajo en las cuales entran las diferentes técnicas de ilustración, es como se llegan a solucionar problemas de comunicación visual.



## CONCLUSIONES

Podemos concluir que ante la problemática que encierra el elaborar una imagen de identidad corporativa, se tuvo que considerar el más mínimo detalle de información; ya que todo debe ser justificado debidamente ante la mirada del espectador pues es el vehículo de transmisión de lo que se quiere vender.

En un principio, antes de comenzar a elaborar la ilustración se pensaba que la juventud femenina era sinónima de fantasía por la edad y género al que nos referíamos. Fue por ello que se realizó una ilustración con base a ésta idea y lo único que se obtuvo, fueron caras y cuerpos deformes de intentos de mujer. Además de esto se tenía la idea de trabajar el concepto en técnica de lápiz grafito de una manera muy detallada pero se llegó a la conclusión de que ésta técnica no era la adecuada, ya que el trabajo resultó no muy atractivo por las distintas tonalidades de gris que se perdían unas con otras, debido a que el

trabajo no tuvo el suficiente contraste. Posteriormente se tuvo la idea de trabajar el mismo concepto de la misma manera, solo que en técnica de tinta china, trabajada en modo de aguadas. Resultó ser un trabajo más interesante, ya que el color contrastaba un poco más, pero nuevamente, el resultado carecía de fuerza visual.

Poco después, a través de un análisis profundo, se llegó a la conclusión de que las chicas de esta edad, se preocupan mucho más por lo que dan a notar, así es que una imagen deforme podría afectar su aspecto personal al sentirse identificadas y agredir su belleza ante estas imágenes. Se descartó por completo seguir trabajando sobre la base de esa idea, ya que no resultaba ser lo ideal para representar éste tipo de belleza.

Nuevamente se comenzó a trabajar, pero ahora tomando en cuenta principalmente las características de una mujer joven; gracias a esto se obtuvo la

idea de trabajar el cuerpo femenino vestido con ropa juvenil informal, destacando el principal rasgo del físico ideal de éste tipo de mujer, como lo es el cuerpo fino y estético.

A partir de este modelo se trabajó con un concepto más general de lo que significa y representa la idea de la belleza juvenil femenina de nuestra cultura, a partir de una imagen más fácil de captar en la mente.

Se sustituyó la idea de elaborar un trabajo en tonalidades grises, por la idea de crear una imagen simple en su forma, que reflejara el concepto principal de la esencia del mensaje con un mínimo de elementos. Por lo tanto como mejor opción se pensó que fuera creada con la técnica de pluma.

Se trabajó la ilustración con la técnica de pluma, ya que se pretendió obtener una imagen construida por líneas y plasta negra, esto para obtener un trabajo simplificado, además de obtener gran contraste y dinamismo; explotando sus

mejores cualidades, ya que una imagen de ésta naturaleza resulta ser muy atractiva por el máximo contraste.

El resultado que se obtuvo finalmente fue bastante favorable, ya que la síntesis del concepto forma una imagen llena de dinamismo e impacto visual.

Finalmente solo faltaba reforzar un poco más el concepto, por ello se agregó la tipografía del nombre de la tienda y un corazón, manejando algunas partes con color y otras con degradados para dar un efecto de sutileza y atraer más la atención. De esta manera se logro mucho mayor fuerza en la imagen y el resultado final.

Es de importancia mencionar que: el fondo de la imagen, la tipografía y el color, se insertaron de manera digital, ya que éste tipo de terminados ofrece grandes opciones para obtener variantes de color y composición.

También de manera digital se realizaron los domis para presentar las aplicaciones del material publicitario.

Cabe mencionar que una ilustración por sencilla que resulte no desmerece

trabajo, al contrario, ya que es más complicado reunir todas las características de un concepto en un significado simple.

Solo resta decir, para que éste largo proceso de trabajo cumpla su cometido, solo debe estar expuesto a la mirada de las consumidoras, y dejar que los resultados lleguen por sí solos.

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

## BIBLIOGRAFIA

- Enciclopedia Hispánica. Vol. 4, Enciclopedia Británica, Publishers, Kentucky, 1966.
- Reed, Edwin y Blake, *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*, México, Nuevomar. 1977. T. p. 175
- Eco, Humberto. *Tratado de semiótica genetal*, Barcelona, Lumen, 1977. T. p. 512
- Martín, Manuel. et. al. *Teoría de la comunicación*, México UNAM, 1991. T. p. 510
- Guajardo, Horacio. *Teoría de la comunicación social*, México, Demoscopia, 1970. T. p. 201
- Figueroa, Carlos. *Creatividad, diseño y tecnología*, México, Plaza y Valdez, 221
- Vilchis, Luz del Carmen. *Metodología del diseño*, México, Claves Latinoamericanas, 1998. T. p. 161
- Prieto Daniel. *Diseño y comunicación*. México, UAM, 1987. T. p. 149
- Munari Bruno. *Diseño y comunicación visual*, Barcelona, Gustavo Gili, 1958. t.p. 365
- Bridgewater, Peter. *Introducción al diseño gráfico*. México, Trillas, 1992. T. p. 134
- Loomis, Andrew. *Ilustración creativa*, Buenos Aires, Hacette, 1974. T. p. 300
- Meggs, Philip. *Historia del diseño gráfico*, México Trillas, 1991. T. p. 562
- Muller, Brockmann. *Historia de la comunicación*, Switzerland, 1971. T. p. 334
- Daley, Terence. *Guía completa de ilustración y diseño*, Madrid, H Blume, 1981. T. p. 224
- Ruiz María. *Texto ilustración*. Madrid, Año 3, 1990
- Manuales Parramon. *Técnicas de ilustración*. Barcelona, Parramón, 2001. T. p. 95
- Westheim, Paul. *El grabado en Madera*, Fondo de cultura económica, T. p. 297
- Pequeño Larousse Ilustrado, T. P. 1663
- Patiño, Mari Cruz. Entrevista a Fabriano Vanden. Ludica, México, D. F. 1998. T. p. 74
- Diccionario enciclopédico universo. Fernández editores, México, 1470. T. p. 1543
- Prat, Galván y Nava Francisco. *La ilustración y el diseño de libros para niños*, tesis, UNAM, 0010022 N2 1995
- Satue, Enric. *El diseño grafico desde sus origenes hasta nuestros días*, Madrid, Alianza, 1988. T. p. 396
- Diseño de Logotipos*, Barcelona, Gustavo Gili, 1988
- Murphy, John y Rowe, Michael. *Como se diseñan marcas y logotipos*, Barcelona, 3ª ed. Gustavo Gili, 199. T. p. 144

Walli, Ollins. *Identidad corporativa*. Barcelona, Celeste, 1991. T.p. 224  
Walli, Ollins. *Imagen corporativa Internacional*/Barcelona, Gustavo Gili, 1955. T. p. 192  
Tosto, Pablo. *La composición áurea en las artes plásticas*, Argentina, Hachete, 1983. T. p. 315  
Ortiz, Georgina. *El significado de los colores*, México, Trillas, 1992. T. p. 270  
Wong, Wucius. *Principios del diseño en color*, Barcelona 5ª ed. Gustavo Gili, 1999. T. p. 209