

Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Ilustración de fashion animada para revistas o blogs
electrónicos de moda

Tesina

Que para obtener el Título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta: Nailea Anel Hernández Villamil
Número de cuenta 304199981

Director de Tesina: Maestro Mario Iván Silva Díaz

México, D. F. 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

ÍNDICE

7

Introducción

11

**Capítulo 1.
Ilustración**

29

**Capítulo 2.
Ilustración
de modas**

Definición
Funciones
Aspectos técnicos

Revisión Histórica
**Acercamiento al con-
cepto de ilustración de
modas**
Aspectos técnicos
Figurín
Técnicas de represent-
ación

85

**Capítulo 3.
Ilustración
animada**

Definición
Características
Aspectos técnicos
Antecedentes y referen-
cias

97

**Capítulo 4.
Propuesta de
ilustración de
moda animada**

Pre-Producción
Producción
Post-Producción

121

Conclusiones

127

Referencias

139

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación explora la intersección entre la imagen fija y la imagen en movimiento dentro de una ilustración, mediante la combinación de ilustración y animación en un producto de diseño propio de los medios electrónicos. De esta manera, también se pretende llevar a la ilustración más allá de los límites en los que tradicionalmente se le conoce.

Primeramente se debe definir a la ilustración, qué es, cómo se hace y cómo se utiliza actualmente, en qué medios puede existir y cómo lo hace, la función que cumple dentro de éstos y su importancia, por lo que se hablará concisamente sobre todo lo que implica una ilustración, esto con la intención de sentar una base teórica acerca de la ilustración como disciplina.

A continuación, se analizará una de las tantas aplicaciones de la ilustración: la moda. A lo largo de la historia del ser humano la vestimenta ha jugado un papel importante en su desarrollo, por lo que su representación ha ido constituyendo un documento histórico importante, pues en ella se plasman no solamente prendas, sino también estilos de vida. Al respecto se estudiará aquí qué es la ilustración de modas y su objetivo, así como especificaciones técnicas propias de esta ilustración. Además, se realizará una breve revisión histórica de la ilustración de modas, desde cómo comenzó y evolucionó hasta ser la disciplina que es hoy y el panorama actual de ésta.

Una vez definida la ilustración y sentadas las particularidades de la ilustración de modas, se abordará el tema de la “ilustración animada”. Esto con la intención de

diferenciarla de la animación y empezar a nombrar las características que la determinan como tal, así como los medios en los que es susceptible de ser utilizada.

Finalmente, se propondrá una serie de ilustraciones animadas a partir de una colección de una de casa de moda. Se expondrá el proceso paso a paso de creación de esta serie, tomando como punto de partida la investigación teórica antes realizada.

Con la elaboración de esta tesina se intenta dar a la ilustración tradicional un giro novedoso y atractivo. En la actualidad las imágenes animadas gozan de alta popularidad entre los usuarios de la Internet, por lo que me parece relevante retomar dicha tendencia y aplicarla a los productos del diseño, caso concreto la ilustración, de manera creativa y conciente. La ilustración de moda, al ser parte de una industria en la que se requiere estar a la vanguardia, innovando y marcando tendencia, permite proponer a la ilustración animada como una manera joven y atractiva de presentar y publicitar las colecciones.

Para finalizar, como objetivo de este trabajo de investigación-producción, se busca comenzar a sentar las bases de lo que puede constituir una alternativa más en la manera de ilustrar.

CAPÍTULO 1. ILUSTRACIÓN

CAPÍTULO 1.

ILUSTRACIÓN

DEFINICIÓN

La voz ilustrar deriva del latín *illustrare*, y éste de *lustrare*, que según Joan Corominas sería “iluminar”¹, y en ese sentido, la ilustración “da luz” o “ilumina” al entendimiento. La ilustración pues, es una actividad generadora de imágenes relacionadas con la transmisión de significado, información y/o conocimiento en un amplio sentido. Las ilustraciones son elementos del diseño, dibujados o pintados, que han sido encargados o bien se elaboran con ideas originales². Éstas pueden ser mapas, planos, diagramas o elementos decorativos, generalmente se trata de representaciones de escenas, personajes y objetos, que tienen relación –directa, indirecta o simbólica- con el texto que acompañan³.

Las ilustraciones cumplen una función práctica o propósito. En general, se encuentran asociadas a palabras o textos, como auxiliares y complemento en la comprensión de éstos⁴, así como también se han utilizado para decorar, explicar o documentar. Sin embargo, la disciplina de la ilustración está en constante expansión. Es una forma de arte elástica que se extiende con éxito a donde sus variados practicantes deseen llevarla: al iluminar un texto, decorar productos, comentar sobre la sociedad, hacer declaraciones como arte público en las paredes, entreteniéndolo a los jugadores de videojuegos y espectadores de cine y persuadir a los consumidores⁵. Cabe mencionar que para que las ilustraciones cumplan su función, deben estar dirigidas artísticamente y funcionar colectivamente con un tema y un diseño, para lograr un conjunto coherente⁶.

La creación de ilustraciones parte de una idea previa, que se materializa formalmente mediante la plástica. En este sentido, la ilustración permite la racionalización y optimización de recursos visuales en la transmisión de conocimiento. Se halla cargada de una visión personal u opinión, el ilustrador refleja su estado de ánimo, su sentir o pensar, por lo que es provocativa.

El rol de la ilustración no se limita únicamente al de complementar textos, juega diferentes papeles dentro de distintos soportes gráficos: funciona para documentar, referenciar e instruir; comentar, contar historias, persuadir e identificar⁷. Tomando esto en cuenta, es como la ilustración se presenta en distintos soportes gráficos, cumpliendo uno o varios de estos propósitos.

Así, la ilustración ha evolucionado de tal forma que se ha adaptado para abarcar aplicaciones muy alejadas de las zonas más tradicionales de la edición de libros, editoriales y la publicidad impresa, en las que tal vez no hayan sido reconocidas como tal en el pasado. Las imágenes son creadas por el creciente número de plataformas digitales - aplicaciones orientadas a los adultos y los niños; protectores de pantalla y animaciones; diseños para productos tridimensionales, muebles, juguetes de vinilo y moda; trabajo específico de sitio en el interior y el exterior de los edificios y vehículos así como para exhibición. Diseño, movimiento, arte de la calle y la tipografía son parte de la creciente red global de la ilustración.

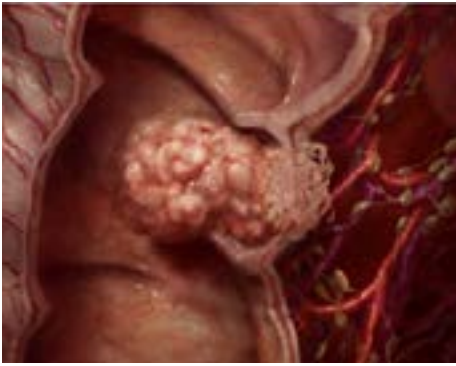
Actualmente, gracias a los avances en las técnicas de impresión, la ilustración no tiene límites prácticos, sólo los impuestos por la imaginación del ilustrador; por lo que tiene un sinnúmero de aplicaciones. En un mundo cada vez más visual se puede recurrir a las habilidades del ilustrador en una infinidad de usos. Las aplicaciones pueden ser ordenadas en una amplia gama de áreas, aunque éstas son flexibles y habrá cruce entre ellas. Un ilustrador tendrá que lidiar con un director de arte como el principal punto de contacto para la mayoría de los tipos de comisiones.

A continuación analizaremos los distintos roles que cumple la ilustración.

El primer rol que cumple la ilustración es el de documentar, servir de referencia e instruir. En términos generales, la ilustración es un gran medio de instrucción. La información puede ser ingerida más fácilmente cuando se transmite visualmente. Un compromiso con el

FUNCIONES DE LA ILUSTRACIÓN Y SOPORTES GRÁFICOS

**Primer rol:
Documentación,
referencia e instrucción**



Etapas del cáncer de colon, Etapa 4/Jean-Claude Michel

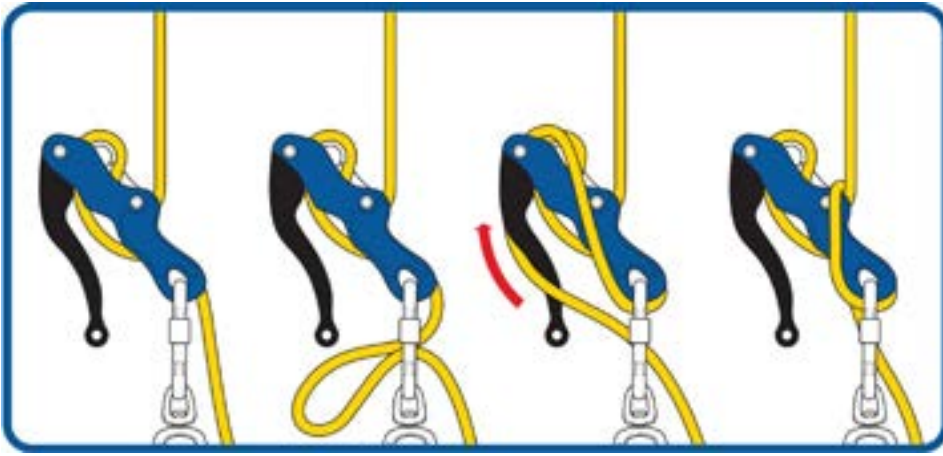
aprendizaje y la investigación o la adquisición de material de referencia, ya sea en un contexto educativo, profesional o recreativa, se puede considerar una experiencia más agradable si uno adquiere dicho conocimiento por medios que o bien entretienen, propician la interacción, o divierten. Para que esto ocurra, la fuente de información debe trascender el papel de proveedor. Esto, en gran parte, puede facilitarse mediante el uso creativo e innovador de la ilustración.

La ilustración de información funciona en muchos niveles. Se pueden ejemplificar o dilucidar procesos complejos; la fabricación y el montaje en la ingeniería o estructuras arquitectónicas; cómo se tocan instrumentos musicales, se practican deportes o juegos. También puede proporcionar orientación, explicar corrientes de pensamiento y la explicación de procesos simples o complejos.

Los ejemplos pueden incluir las siguientes que se asocian con el mundo natural o intelectual: las dinastías históricas y políticas; ecosistemas y cadenas de alimenticias; taxonomías como la clasificación de los animales y las plantas; funciones biológicas tales como la respiración, la reproducción y la digestión; la teoría de la evolución; el cultivo y procesamiento de alimentos.

Maritime/Oliver Hurst/2012
Serie de ilustraciones
representando la guerra
marítima durante la era
napoleónica





Es interesante observar que en muchos de los ejemplos, se conecte el lenguaje visual de las imágenes secuenciales únicamente con el contexto de la narrativa. Los ejemplos mencionados anteriormente son fundamentalmente incrustados en una secuencia de eventos y por lo tanto pueden entenderse como una “historia”. Narrativa e imágenes secuenciales son lenguajes visuales apropiados para emplear a la hora de concebir ideas para comunicar información.

La siguiente lista da una idea de los muchos y variados medios de comunicación y soportes editoriales asociados con la ilustración de información: libros de no ficción (historia natural, ciencia, tecnología, deportes, astronomía, historia, geografía, ciencias de la computación, etc.), CDs y enciclopedias; publicaciones de referencia técnicos especializados; libros de no ficción para niños de venta al por menor y de texto; documentales de televisión; revistas; informes de empresas y otros materiales de estas; la web; juegos educativos interactivos, entre otros.

El segundo rol que lleva a cabo la ilustración es el de comentar. La esencia de la ilustración editorial es comentario visual. Su principal función es ser simbiótica con el periodismo contenida en las páginas de periódicos y revistas.

Esto sugiere que el potencial para este uso y la amplitud de aplicación es muy amplio. La industria de los medios de comunicación es diversa y abarca una gran variedad de temas y tópicos; ya sea mensual, en ediciones diarias, semanales o periódicas atienden a nichos de mercados específicos y generales.

Tanto históricamente como en el contexto contemporáneo, la ilustración tiene una presencia significativa dentro de este aspecto de la edición, incluso con la competencia de la fotografía y con respecto a ciertas tendencias y modas.

De manera general, se le puede encontrar en publicaciones como periódicos y revistas, cuyos artículos se enriquecen visualmente

Segundo rol: Comentario visual

HOW TO GET WHAT YOU REALLY WANT IN BED



Josuedric / 2013



Cómo obtener lo que realmente quieres en la cama (How to get what you really want in bed/ Gemma Correll para Huffington Post/ 2012

cuando se acompañan de ilustraciones. Algunos suplementos de color y periódicos serios en particular, adoptan un uso serio y considerado para las ilustraciones con artículos en serie de manera regular.

Con respecto a las revistas en general, hay evidencia que sugiere un aumento dramático en el número de títulos y la circulación subsecuente de muchos de ellos. Un gran número son títulos consolidados, que tienen una reputación considerable con una gran circulación nacional e internacional. Otros son ya sea de circulación regional o de un enfoque estrecho. Algunas revistas se realizan exclusivamente para el personal empleado, minoristas, manufactureros y de servicios. Hay revistas para los miembros de las sociedades y de los sindicatos, así como organizaciones benéficas. Otros se dan gratuitamente a los clientes de aerolíneas y empresas ferroviarias. Las hay de temas populares y especializadas: la guía de programación, de salud, la cocina, la mujer, el hombre, la política y la economía, la ciencia y la tecnología, la informática, el arte, las antigüedades, la vida silvestre y la naturaleza, deportes y pasatiempos, mascotas y animales de apreciación, desde la cría de cerdos hasta la cría del caracol.

Así que ¿por qué utilizar ilustraciones editoriales y qué es exactamente lo que hacen? En el pasado, la ilustración en las revistas encarnaba tanto sentimentalismo melancólico y romanticismo optimista en forma de representación pictórica o hiperreal de las personas y de otros sujetos genéricos en las llamadas “historias de amor” y “dramas de la vida real” que llenaban las páginas de las revistas

Clementine Hope / 2014
Ilustración para la revista
Homes and London



dirigidas a mujeres o revistas de estilo de vida. Hubo un respiro en forma de humor y sátira que se manifestó como dibujos animados “políticos” o “bromas”. Al menos había asignaciones a la opinión por medio de un comentario social y la observación.

Hoy la mejor ilustración editorial es sugerente y polémica. Normalmente encasillada dentro del ámbito periodístico y el de comentario político, económico y social que desafía a la vez la opinión popular y la opinión alternativa; ofusca y presenta argumentos; plantea preguntas y las deja sin respuesta; hace declaraciones provocativas, también hace caso omiso de la estética o nociones de “buen gusto” referentes a la materia del lenguaje visual.

Hay otras formas de la ilustración editorial que no exigen un enfoque que requiere un intenso compromiso intelectual o conceptual. Aquí, el requisito sería para una entrega más “suave”, más reposada y serena de opinión y comentario. Esto exige del ilustrador un enfoque que permita evocar humor o un nivel razonable de determinada opinión. La ilustración editorial menos desafiante para llevar a cabo con respecto a cualquier noción de comentario serio, es la de decoración simbólica, pictórica o semi-abstracta.

Por otro lado, la ilustración juega un papel narrativo. Históricamente, parece que el arte, y más tarde la ilustración, ha proporcionado una importante exposición visual a los numerosos mitos, leyendas, anécdotas y acontecimientos ficticios escritos por toda clase de autores.

Hoy en día, la ilustración narrativa de ficción se encuentra principalmente en libros para niños, novelas gráficas y cómics, publicaciones especializadas, como compilaciones temáticas, que contienen mitología, cuentos góticos y la fantasía. La ilustración de ficción escrita no sólo

**Tercer rol:
Rol narrativo**



Marte y las princesas voladoras, Fondo de Cultura Económica / Elena Odriozola / 2006



Oliver / Eivind Gulliksen, texto de Jan Grue / 2012

Diez pasos hacia la nada - La casa / Giulia Sagramola / 2011

mantiene la atención del lector, sino que ayuda en describir y desplegar la narrativa de cualquier estilo o género con el que tiene que ver. La mejor ilustración va a generar un compromiso emocional e imaginativo con la escritura, ya sea una poesía clásica o contemporánea, una novela, el romance o el thriller .

Sin embargo, los editores de material de ficción para adultos a menudo pedirán al ilustrador proporcionar imágenes adecuadas y apropiadas para la portada del libro. Contextualmente, esta área de práctica de la ilustración no debe confundirse con la ficción narrativa, que es el único dominio de la narración real. La portada de un libro funciona como el empaque y punto de venta.

El arte de contar historias mediante el uso de la ilustración es a menudo secuencial en forma y esencia. La naturaleza de las imágenes depende de los géneros de ficción, el estilo de la escritura y la longitud de la obra. La imagen que es intrínseca a la historia a menudo transmite escenas de representación dramática utilizando las mejores prácticas de la construcción de la imagen; composición, el uso efectivo y emotivo del color, el uso apropiado de la distorsión y la sensación de espacio. El contenido de la ilustración debe evocar intriga visual, la atmósfera y el drama, incluso si el escenario es pasivo en su naturaleza, la esencia completa de la escena debe ser transmitida apropiadamente.

Muchas narraciones operan con un nivel sustancial de la alegoría con el abandono de cualquier forma de asociación literal directa. Toda la noción de combinar palabras e imágenes entra en juego de manera significativa aquí, la esencia con respecto a la narración de historias, justificados por el equilibrio correcto de texto e imagen.

Por último, el contexto de la ficción narrativa tiene que ser entendido por su carácter distintivo. En forma publicada el contenido y la temática se ajustarán como falsedades convencionalmente aceptados; todo es fingido, imaginado o inventado. Como tal, es posible “ir a cualquier lugar y hacer cualquier cosa.” Esto tiene relación con cómo el ilustrador concibe las imágenes y cuán importante es la credibilidad en términos de representar la realidad. Algunas de las ilustraciones más creativas e innovadoras se han generado a través de este dominio contextual. Su influencia ha tenido inmensa relevancia respecto a muchos aspectos de la publicación y el entretenimiento, incluyendo películas de dibujos animados y largometrajes. Los personajes y eventos concebidos y originados en su forma visual por ilustradores han dado lugar a muchas representaciones estereotipadas y aceptadas: Superman, Blancanieves, Homero Simpson por nombrar sólo unos pocos. No hay duda de que el arte de la ilustración continuará con su importante contribución al mundo de “hacer creer”.

Cuarto rol: Persuasión

El dominio contextual que más se asocia con el mercantilismo puro es el del mundo de la publicidad, en el que el objetivo primordial es el de “vender”. Es también la forma de ilustración más dirigida. Pero en un sentido profesional, también puede proporcionar potencialmente al ilustrador los ingresos más altos, sobre todo si el cliente y la marca que se vende tienen un estatus de alto perfil.

Sin embargo, los aspectos negativos con respecto a esta forma de trabajo se ejemplifican por la libertad creativa inhibida; los directores y redactores de arte de las agencias de publicidad suelen iniciar y diseñar los conceptos para la campaña. Esto implica que se selecciona un ilustrador y se le emplea solamente por el lenguaje visual de éste y la dedicación y la adhesión a los horarios y plazos previstos para la campaña. En cuanto a lenguaje visual y cualquier insumo conceptual que podría esperarse del ilustrador, el nivel y el grado de la dirección de arte dependerán en gran medida en el tema y la esencia de las ideas originales iniciadas por el equipo creativo de la agencia. Es decir, como ilustrador, se espera que permanezca dentro de los parámetros de ese estilo, con independencia de las propias ideas sobre el concepto general.

A pesar de estos aspectos negativos, muchos ilustradores son capaces de crear soluciones visuales ejemplares e innovadoras, concebidas, diseñadas y trabajadas con los más altos estándares de la práctica de la ilustración contemporánea.

La diversidad del lenguaje visual empleado es inmensa. No existe una tendencia particular o estilo asociado con lo que es la publicidad. Las campañas utilizarán estilos que evoquen lo que sea necesario para facilitar la impartición del ‘mensaje correcto’. La exposición potencial para el ilustrador es igualmente diverso y presente en el dominio público: los medios de comunicación al aire libre - paradas de autobús y los lados del autobús, vallas de carretera, estaciones de tren y de metro; los medios de comunicación al aire - la televisión, el cine y la publicidad en línea; periódicos y revistas.

El poder de persuasión no puede ser subestimado y la ilustración a lo largo de los años ha contribuido enormemente a este precepto. La ilustración publicitaria o “ arte comercial “ apareció por primera vez como dibujos de líneas en blanco y negro en los periódicos y se utilizó principalmente como representaciones visuales favorecedoras de productos para el hogar, artículos de tocador y moda. Actualmente, si la ilustración es elegida como parte de una campaña, de la naturaleza que sea, la intención será para que pueda ayudar a la impronta de reconocimiento de la marca en el subconsciente de la sociedad en general. Tal es el poder de este comando que hay

ejemplos en los que la ilustración no sólo ha sido eficaz en la identidad del producto y de la persuasión, pero también ha contribuido a una vicisitud de la cultura masiva.

El objetivo primordial de la industria de la publicidad es vender y promocionar cualquier producto, idea, servicio o entretenimiento en instancias de sus clientes. El aspecto más importante de la publicidad es promover la venta de productos para el consumidor. Cualquier persona física o la prestación de servicios destinados a la venta o el alquiler podrían ser incluidos en una lista de "productos" que sería aparentemente infinita. Esto implica que se utilizan una gran diversidad de estrategias de campaña, desde el marketing directo



Poster de concierto para Queens of the Stone Age, Hamburgo 2013 / Smithe / 2013



Vive Latino 2012 / Dr. Alderete / 2012

y venta de artículos y servicios, hasta el uso de la propaganda y la persuasión con fines políticos.

Un enfoque centrado y directo es esencial. Hay que tener en cuenta el público objetivo, la ilustración complementaria a un mensaje que les garantice un nivel adecuado de sensibilidad cultural y sofisticación. Toda ilustración utilizada dentro de este dominio contextual debe ser intrínseca con la transferencia directa y exitosa de mensajes positivos relacionados con la promoción y ventas. Si no, entonces la imagen se presenta inválida. El ilustrador no puede desviarse del mensaje de la campaña.

Un ejemplo concreto es la ilustración de modas, que, incluso cuando ha perdido terreno frente a la fotografía, durante mucho tiempo ha sido parte importante de la publicidad de las campañas. Tiene la intención de no sólo representar la prenda, sino que está diseñada para darle al espectador una sensación acerca de ella. Posee la intención de vender una actitud que acompaña a la ropa. En este ámbito los directores de arte ofrecen a los ilustradores la oportunidad de crear interpretaciones frescas y personales de las tendencias y líneas de la temporada.

Esta industria usa la ilustración de distintas maneras: cuando se dibujan las prendas con fines publicitarios; como parte del diseño de textiles o cuando el estilo de un ilustrador determinado empata con la imagen que el diseñador quiere transmitir. Esta última no necesariamente implica que se dibujen las prendas, sino que conlleva desde crear una identidad de marca, generar imágenes que se utilicen en productos de la misma, hasta pintar la escenografía para los desfiles. El que las marcas independientes hagan uso de la ilustración anima a las grandes compañías a utilizarla también, apuntando por el público joven y empleando a ilustradores contemporáneos.

Esta aplicación de la ilustración se verá con mayor detalle en el capítulo siguiente.

Quinto rol: Identidad

La esencia general de este contexto se refiere a los aspectos de la marca y la identidad corporativa. ¿Qué significa eso en relación a la práctica de la ilustración y dónde y cómo se manifiesta? En general y contextualmente se pueden considerar a los medios relacionados con el envasado y la identidad corporativa los aspectos principales. En un sentido de práctica empresarial y profesional, puede estar asociada con la colaboración del ilustrador en nociones de diseño gráfico con un número significativo de proyectos comerciales de esta naturaleza originados por los grupos de diseño.

Al trabajo realizado a menudo se le denomina como “debajo de la línea”. Este término tiene sus orígenes en la publicidad. También implica que hay un “por encima de la línea”. Por encima de la línea es la publicidad en la mayoría de sus manifestaciones, especialmente cuando es directo y enfocado. Debajo de la línea puede ser una asociación directa con los productos o servicios publicitados, pero no promueve activamente. En su lugar, proporciona un complemento necesario e importante que garantiza que haya un reconocimiento de marca y la mejora de los envases, la literatura de punto de venta y material interactivo asociado, siendo aspectos importantes de este proceso.

Además de producto o servicio de reconocimiento de marca, debe haber también una consideración importante para aprobaciones relacionadas con su propiedad intelectual: la empresa, la organización o el fabricante de origen. Esto se refiere con frecuencia a la identidad corporativa. En muchos casos hay símbolos e imágenes ubicuas y reconocibles que proporcionan de inmediato la identidad⁸ de una empresa en particular u organización. Estos emblemas de la organización, a los que normalmente se hace referencia como logotipos, encarnan con una forma visual que es representativa de la característica principal o ambiente de la empresa y lo que hace. Un logotipo puede ser muchas formas visuales, ser bastante complejo o decorativo, o una simple yuxtaposición de formas geométricas básicas que recuerdan a la primera letra del nombre de una empresa.

El logotipo se utiliza en muchos sentidos, desde la impresión de encabezados de la correspondencia, a la identidad por menor de gran formato y el reconocimiento de la empresa. Las habilidades técnicas y las capacidades intelectuales del ilustrador están bien situadas para llevar a cabo el diseño del logotipo. Al poseer una inteligencia visual inherente combinada con las habilidades conceptuales y prácticas, un resultado positivo puede ser determinado por el ilustrador.

Por otro lado, muchas empresas buscan la adquisición de las imágenes corporativas adicionales con el fin de proporcionar más sabor y una proyección de la calidad y la mejora de su estado. Algunos comisionan el diseño y la producción de “pinturas” - grandes ilustraciones conceptuales que proporcionan una visión empresarial más a fondo y con frecuencia apropiadas en áreas de recepción y salas de juntas. A veces elaboradas y provocativas y, a veces puramente decorativas, las ilustraciones son comisionadas con frecuencia para mejorar y proporcionar una mayor sofisticación de los informes anuales y financieros de la empresa. Contienen normalmente



Lipton Ice Tea/ Mr. Kone





Ilustración para la portada del libro *La cabeza de Pancho Villa* de Craig McDonald / Dr. Alderete / 2013

En los fríos y húmedos recintos sagrados de la Universidad de Yale se reúnen los miembros de la sociedad secreta Calaveras y Huesos. Una fraternidad formada por barones, altos ejecutivos, políticos y tres generaciones de hombres apellidados Bush. Supuestamente, la vitrina de trofeos de su santuario sagrado está repleta de huesos de personajes famosos robados desde hace mucho tiempo.

estadísticas y gráficos complejos acompañados de la literatura, que son trascendidos en alturas frescas de “buen gusto” visual por la inclusión de la ilustración y el uso del diseño contemporáneo.

Otra característica firmemente arraigada como componente de trabajo por debajo de la línea es la del punto de venta. Predominantemente se evidencia en situaciones de venta al por menor y la promoción, este es el material principalmente determinado para la identificación, la mejora visual, promociones complementarias y la información relacionada con los productos o servicios.

El packaging o empaque es una rama de la práctica del diseño que ha dado uso creativo y adecuado a la ilustración. De hecho, la ilustración es un medio de transmisión ideal de la inclinación que colocará distancia entre un producto y sus competidores. El uso de la ilustración puede proporcionar una idealización de un producto sin transmitir mentiras innecesarias y sin la frialdad y el hiperrealismo a veces alienante dado por la fotografía. El sentido inherente del ilustrador del lenguaje visual puede mejorar un producto aparentemente mundano, confiriéndole una apariencia contemporánea y que sea atractivo para una clientela adecuada y potencial.

Las cubiertas de los libros son a menudo un aspecto importante y un reto para el trabajo del ilustrador. Aunque no es asumido de inmediato como el envasado, contextualmente la obra de la cubierta no es diferente a la proporcionada por la 'caja' física y la identidad visual asociada dado a cualquier otro producto.

El objetivo primordial es que el ilustrador de concebir y diseñar una imagen que será compatible con el tema del libro. La portada da identidad, al igual que en otras circunstancias de los envases, y funciona como punto de venta y marketing. Lo mismo ocurre en el caso de los discos, la ilustración provee a la música de identidad visual y forma.



Los aspectos técnicos en la ilustración hacen referencia a los procedimientos y materiales necesarios para la creación de una ilustración. A continuación se describirá el proceso mediante el cual se concibe y conceptualiza una ilustración.

El proceso de producción de ilustraciones comienza con la lectura de un texto, o brief⁹, que contiene toda la información necesaria para comprender el tema, así como especificaciones tales como fechas de entrega de bocetos, de piezas finales, tamaño, color, posición, sistemas de impresión, audiencia, etc.

Hay que comprender el texto en su totalidad. Es de vital importancia este paso, puesto que de esto dependerá la propuesta gráfica del ilustrador.

Posteriormente, se toman notas al respecto del texto, de las primeras ideas que éste genere en el ilustrador, de los conceptos clave, sinónimos de estos, así como la búsqueda de imágenes de referencia y primeros bocetos.

ASPECTOS TÉCNICOS

Proceso de producción



Una vez hecho este primer acercamiento al texto y su contenido, es momento de desarrollar las ideas. En este punto se plasman todas y cada una de las ideas que se tenga en bocetos. Es el proceso llamado “brainstorming” o “lluvia de ideas”¹⁰. No hay que descartar aún ninguna solución y es bueno producir todo lo que se pueda.

A continuación, se puede proceder a la edición de ideas. Se deben evaluar todas las ideas e ir descartando aquellas que no funcionen y rescatando aquellas que tengan potencial de ser desarrolladas. Algo que puede facilitar la selección de ideas, es considerar que nuestra solución debe cumplir con dos funciones: comunicación y creatividad. Si alguna idea no es lo suficientemente clara o es demasiado complicada para ser entendida, el factor comunicación no está siendo cumplido; así mismo, si es una solución muy vista u obvia, la creatividad no está ahí. Es mejor descartar estas ideas¹¹.

Después de este proceso de conceptualización y traducción al lenguaje visual, es tiempo de trabajar con la idea. Esto se hace mediante la elección de una técnica de representación gráfica, ya sea tradicional o digital, que permita obtener una solución gráfica exitosa. El uso de ciertos materiales puede ayudar a llenar de significado a un proyecto. Es decir, si se habla de un tema acerca de la tecnología de punta, un material como la acuarela podría dar una solución gráfica distinta que si se utiliza una técnica digital como los vectores. Ésta última tiene mayor relación con el tema tratado y ayuda a realzar el significado de la ilustración¹².



Como se puede deducir de lo anterior, la ilustración es una disciplina ligada al diseño que tiene salida en una amplia variedad de medios y soportes dentro de los cuales juega roles determinados: documenta, sirve de referencia e instruye; comenta visualmente, cuenta historias, persuade y proporciona identidad. De manera general, la ilustración comunica, y se ha convertido en un elemento sin el cual en muchos casos la información contenida en esa comunicación quedaría incompleta.



Nigel Owen

Esta secuencia de dibujos de Nigel Owen representa el proceso inicial de garabateo y de una representación libre y sin trabas de temas y materias. Las ideas y conceptos se reinician y se descartan hasta que los requisitos del brief se cumplen plenamente. En este caso, el diseño general es de una cubierta de libro e incluye la imagen y rotulación.

Para que la ilustración consiga comunicar es importante seguir una metodología en su concepción, que permitirá elegir los elementos visuales más adecuados para que la solución gráfica sea exitosa. Para empezar se debe tener una idea clara de qué es exactamente lo que se está tratando de comunicar y a quién; a partir de ahí se pueden desarrollar numerosas ideas y llegar eventualmente a la más indicada.

En el capítulo siguiente se examinara uno de los ámbitos en los que la ilustración ha tenido un papel importante a lo largo de mucho tiempo: la industria de la moda. En este ámbito en concreto, la ilustración puede cumplir distintos roles de los antes mencionados, sin embargo, el más utilizado es el de la persuasión; por lo que se detallaran las particularidades de este tipo de ilustración que le permiten lograr su objetivo.

CAPÍTULO 2. ILUSTRACIÓN DE MODAS

CAPÍTULO 2.

ILUSTRACIÓN DE MODAS

BREVE DESCRIPCIÓN HISTÓRICA DE LA ILUSTRACIÓN DE MODAS

La historia de la ilustración de moda se ha mantenido en cambio constante, a la par en que la moda evoluciona lo hace la manera en que ésta se representa. A lo largo del tiempo, las técnicas, estilos y representación de la figura se han modificado de acuerdo con la tecnología y la sociedad. A continuación haremos una breve revisión histórica de estos cambios, para finalmente echar un vistazo al resultado de todos esos años de evolución: la ilustración de moda contemporánea, así como la dirección que ésta toma hacia el futuro.

El inicio de la ilustración de moda se puede remontar hasta el siglo XVI, cuando las expediciones de exploración y descubrimiento despertaron el interés en la forma de vestir de distintas partes del mundo. Hacia 1610 se publicaron más de 200 colecciones de grabados, aguafuertes y grabados en madera de figuras vestidas con prendas correspondientes a su nacionalidad y estatus social. Uno de las publicaciones más conocidas es *De gli habiti antichi and moderni di diverse parti del mondo libri due*, de Cesare Vecellio, que contiene 420 ilustraciones de trajes de Europa, Turquía y Medio Oriente en su primer tomo, y de África, Asia y el Nuevo Mundo en el segundo. Estos grabados fueron los primeros en estar dedicados exclusivamente a la vestimenta y funcionaron como base para la ilustración de moda actual¹³.

Los grabados de Wenceslaus Hollar, de mediados del siglo XVII, son el inicio de la ilustración de moda.



De gli abiti antichi and moderni di diverse parti del mondo libri due/ Cesare Vecellio / s. XVI

En el siglo XVIII, Francia se establece como el centro de la moda por excelencia bajo la dirección de Luis XIV. Así, surgen las ideas de moda en publicaciones como revistas y periódicos, que más tarde se extendieron por Europa, Rusia y Norteamérica. Estas contenían ilustraciones con notas de pie y anuncios de proveedores. Las primeras ilustraciones de moda se publicaron en la revista *The Lady's Magazine* en 1759, y del siglo XIX en adelante la moda no ha dejado de estar presente en los medios de comunicación.

Antes de la llegada del siglo XX, Alphonse Mucha y Charles Dana Gibson ya eran conocidos por pintar bellas mujeres y acabaron convirtiéndose en famosos ilustradores de moda del nuevo siglo. Sus dibujos tuvieron un gran impacto en la moda de la época. Alphonse Mucha elaboró paneles inspirados en el Art Nouveau¹⁴ con líneas en espiral, retorcidas y flotantes. También se destacó en la representación precisa de los estampados. Las mujeres de Mucha eran lánguidas, de cabellos largos y sueltos, y de una elegancia espectacular. Fueron muchas las mujeres de la sociedad de entonces que intentaban emular de las bellezas que retrataba su estilismo y su forma de vestir. Del mismo modo, otras mujeres preferían imitar las prendas, los peinados y los gestos de la esbelta "chica Gibson", creada por Charles Dana Gibson. Antes de convertirse en una celebridad gracias a sus dibujos a tinta y bolígrafo, Gibson empezó a trabajar con recortes de papel y con siluetas y, por ejemplo, realizó ilustraciones para revistas como *Time*, *Life* y *Harper's Bazaar*.

Las primeras tres décadas del siglo XX fueron los años dorados de la ilustración de moda. Era la época previa a que la fotografía se adueñara de la tarea de mostrar la moda al mundo, aunque fue al principio de este siglo que se empezó a utilizar en revistas.



The Winter habit of an English Gentlewoman/ Wenceslaus Hollar / 1644



Chica Gibson en la playa/ Charles Dana Gibson / 1902



Chica Gibson (retrato)/ Charles Dana Gibson

Paul Poiret elevó la moda y su representación al estatus de arte y le inyectó dinamismo y nuevas y significantes fuerzas al siglo XX. El establecimiento de su casa de moda en 1903 coincidió con las vanguardias artísticas previas a la guerra en Europa: fauvismo¹⁵, cubismo¹⁶, expresionismo¹⁷, futurismo¹⁸ y constructivismo¹⁹. La moda por definición debe ser moderna, por lo que se nutrió de estos nuevos impulsos.

Un parteaguas en la moda de la época fue el diseño de vestuario del ballet ruso de Serge Diaghilev, para la puesta en escena de 1909, Cleopatra, a cargo de León Bakst. Bakst creó exóticos sets y trajes, que dejaron de lado los colores pastel de la Belle Epoque, a favor de una nueva paleta de tonalidades brillantes combinados con plateado y dorado. La moda entonces experimentó un nuevo entusiasmo por todo lo oriental, y Poiret no fue la excepción: incluyó en sus colecciones pantalones harem usados bajo túnicas complementadas con turbantes lamé decorados con plumas y joyas. Se redefinió la silueta y se optó por una más tubular, el llamado estilo Directoire, los cuellos altos fueron sustituidos por escotes en V bajos y los sombreros se simplificaron.



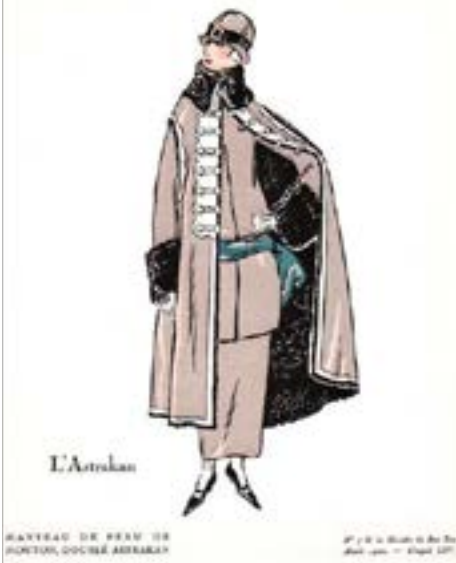
Iribe para Poiret

Gravure de mode
para Les Choses de
Paul Poiret / Lepape
/ 1911

Poiret era un empresario, y uno de sus mayores aciertos fue el de atraer a nuevos talentos a su empresa. Uno de ellos, Paul Iribe, fue comisionado para ilustrar una publicación promocional, *Les Robes de Paul Poiret*. Iribe introdujo figuras, algunas de medio perfil o incluso de espaldas, contra fondos monocromos esbozados.

En 1911, Poiret comisionó a Georges Lepape ilustrar su segundo panfleto, *Les Choses de Paul Poiret*. Muchas de sus ilustraciones se realizaron con dibujos lineales con acuarelas y finos estarcidos. Esta técnica, conocida como “estarcido”²⁰, nació en Japón, es un método sencillo utilizado aún en la actualidad para aportar color a las ilustraciones. Estos dos álbumes fueron impresos en papel de alta calidad en ediciones limitadas.

Menos exclusivas y caras que los álbumes de Poiret eran las numerosas nuevas revistas de este período. Sin embargo, la *Gazette du bon ton*²¹ (1912) fue la que presentó una colaboración entre artistas, diseñadores y publicistas inigualable. Fue fundada en París por Lucien Vogel, un director de arte y editor, que empleó a un grupo de jóvenes artistas, muchos de los cuales estudiaron en el *Ecole des Beaux Arts*²², y les dio una libertad sin precedentes para interpretar la moda. La *Gazette* mantuvo los más altos estándares en cuanto a contenido y reproducción. Una edición especial fue publicada en 1915 en estados Unidos, en colaboración con Condé Nast, el editor de *Vogue*, quien en 1921 compró una parte mayoritaria de *La Gazette*. Nast estaba ya invirtiendo en ilustración para sus publicaciones. Una mayoría del equipo original de la *Gazette*, como Pierre Brissaud, André Marty, Charles Martin, George Barbier y Pierre Mourgue, estaban trabajando ya para *Vogue* en sus tres ediciones (americana, inglesa y francesa), así como en otras publicaciones de renombre. George Barbier era el director del departamento de ilustración. En su estilo se aprecia la herencia del ballet oriental, del teatro y de las sinuosas líneas del *art nouveau*. Era también admirador de Aubrey Beardsley, cuya influencia se aprecia en los fuertes contornos y las figuras de Barbier.

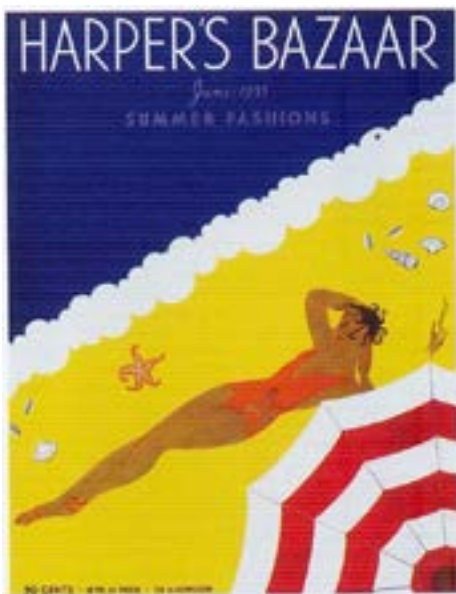


Los estilos ilustrativos de la década de 1910 constituyeron un punto de referencia en el desarrollo de la ilustración del siglo XX. Muchos ilustradores de la época representaban la moda en escenas sociales muy concurridas, una tendencia que siguen ciertos ilustradores de nuestros días, como Charles Martin. Ilustradores de la década de 1980 como Mats Gustafson y Lorenzo Mattotti volvieron a recuperar las formas cubistas para sus ilustraciones.

Los cuatro años de la primera guerra mundial influyeron muchísimo en la ilustración de moda. Fueron muchos los periódicos y revistas que dejaron de servir de vehículo para la ilustración de moda. No obstante, muchas de las casas de moda parisinas siguieron produciendo shows bianuales durante el conflicto. Para muchos, la guerra trajo libertad al vestido. Estilos más prácticos se volvieron necesarios para las mujeres que participaban en los esfuerzos de la guerra – en la fabricación de municiones, manejando o trabajando la tierra – con lo que el uso de pantalones se volvió aceptable por primera vez.



Por otro lado, la industria cinematográfica creció espectacularmente. Durante esta década, numerosos diseñadores de vestuarios para el teatro y el cine acapararon las portadas de muchas publicaciones. El más conocido fue el pintor de origen ruso Erté. Puede que sea más famoso por sus elaborados trajes del Folies Bergères²³, de París, pero Erté también diseñó muchos espléndidos trajes de películas estadounidenses. Su sueño de convertirse en ilustrador de moda se cumplió al firmar un contrato de colaboración con Harper's Bazaar, donde siguió trabajando durante 20 años, una de las colaboraciones más extensas en la historia de la publicación.



Hacia 1918, la moda comenzó a democratizarse. Esto gracias a los avances en la manufactura, producto de la guerra, lo que permitió que la producción masiva fuera más asequible. Dos de las mujeres más influyentes en el mundo de la moda del momento fueron Coco Chanel y madame Vionnet. El estilo simple y depurado de Chanel, siempre de la mano de bella bisutería, y los vestidos cortados al bias de Vionnet fueron los iconos de la nueva era. Ambas diseñadoras inauguraron tiendas en esta década y, desde entonces, no han parado de vestir a la mujer.

A medida que la moda se simplificaba y se convertía en algo mucho más lineal y angular, también lo hizo la silueta. Para la mujer, los veinte se caracterizaron por la simplicidad y el énfasis en la juventud andrógina, a menudo lograda mediante el uso de aplanadores del busto. En esa época, las ilustraciones representaban figuras mucho más altas y delgadas. Aparecieron figuras exageradas en las obras



John Held Jr. para la revista Life



Hot Weather Fashions (serie) / Eduardo García Benito para la revista Vogue / 1928

de Eduardo García Benito, Guillermo Bolin, George Plank, Douglas Pollard, Helen Dryden y John Held Jr. En sus inolvidables portadas para Vogue durante los años veinte, Benito captó la esencia de la mujer fuerte y emancipada que personificó esa década. Sus figuras eran más altas y, de algún modo, abstractas; aparecían en diseños gráficos y destacaban gracias a sutiles contrastes de colores.

La mujer joven se convirtió en el icono de los “locos años veinte”²⁴. Las caricaturas de John Held Jr. durante la era del jazz decoraron las portadas del The New Yorker y de la revista Life. Su estilo, con divertidos personajes que bailan sobre fondos brillantes y en escenas graciosas se sigue imitando hoy en día, e ilustradores actuales como Stephen Campbell también utilizan sus personajes y escenas divertidas para sus ilustraciones de moda.

A menudo se dice que los años veintes y treinta fueron la “era dorada” de la ilustración de moda²⁵. A principios de los años treinta, las revistas de moda emplearon la ilustración de moda tanto en formato editorial como en formato publicitario. La silueta volvió a representar una forma femenina mucho más realista, con unas líneas más suaves, curvadas y con más texturas. Se reflejó un nuevo romanticismo en las ilustraciones de Carl Erikson, Marcel Vertes, Francis Marshall, Ruth Grafstrom, René Bouët-Willaumez y Cecil Beaton.



Carl Erikson para Vogue

Carl Erikson, conocido como Eric, destacó en los años treinta por ser un delineante notable. Más adelante, se convertiría en un ilustrador de moda cuyos trabajos influirían muchísimo en las tres décadas siguientes. Eric representaba todos y cada uno de los detalles de las prendas con suaves pinceladas. De igual manera, era un defensor de la observación de la figura humana y de la captación de la belleza de la vida real. Siempre realizó dibujos a partir de modelos reales, nunca a partir de la imaginación.

Vertres trabajó para Harper's Bazaar y Vanity Fair. Sus ilustraciones se caracterizan por un empleo discreto de las líneas y el color. También se encargó de la ilustración de la campaña publicitaria de los perfumes Schiparelli. A lo largo de los años treinta, Cecil Beaton elaboró divertidos esbozos y diseños de vestidos para las

portadas de Vogue, aunque sería más conocido por sus diseños de vestidos para el mundo del cine, muchos de los cuales recibieron un Oscar. También es conocido por sus fotografías de actrices de Hollywood. A finales de los años treinta, el fotógrafo de moda empezó a reemplazar al ilustrador, del mismo modo que la cámara sustituyó al pincel como técnica predilecta para la ilustración de moda.

Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, numerosos ilustradores de moda europeos emigraron a Estados Unidos en busca de oportunidades laborales. Muchos de ellos nunca regresaron. A lo largo de la primera mitad de la década de los cuarenta, los estilos ilustrativos fueron una continuación del estilo romántico de los años treinta. Los grandes ilustradores de esta década, junto con Christian Bérard y Tom Keogh, fueron tres profesionales que compartían el nombre de pila: René. René Willaumez trabajó para Vogue en los años treinta, pero siguió empleando un estilo expresionista durante los años cuarenta, influenciado por Eric. René Bouche empezó realizando ilustraciones exclusivamente en blanco y negro. Sin embargo, en sus últimos trabajos desarrolló un fuerte gusto por el color. Su estilo de dibujo, preciso y con carácter, se debía a una observación minuciosa. Sus imágenes aparecieron con mucha frecuencia en las editoriales de Vogue, a doble página.

Seguramente René Gruau es conocido por elaborar los anuncios del New Look, de Christian Dior, y por establecer una relación profesional con esa firma de diseño que duraría más de 50 años. Pintaba de manera audaz y valiente, influenciado por Picasso y Matisse. Utilizaba pinceladas negras para el contorno de las figuras. Era minimalista para los detalles pero generoso para las formas y los movimientos. No obstante, confesó que para crear una ilustración elaboraba treinta esbozos preliminares.

Tras la guerra, los años cincuenta fueron una época de desarrollo y de creciente opulencia. Los avances tecnológicos propiciaron la llegada del plástico, el velcro y la lycra, lo que supuso para los ilustradores el reto de representar dichos tejidos sintéticos. El estilo de vida tan glamuroso que se representaba en las películas y la pequeña pantalla mostraba imágenes actuales de belleza, y la utilización de la ilustración empezó a decaer. Sin embargo, muchos ilustradores de las décadas anteriores siguieron trabajando en los años cincuenta, mientras que nuevos artistas como Kiraz y Dagmar aparecieron en escena.

Kiraz, artista autodidacta que se dio a conocer en los años cincuenta, sigue realizando ilustraciones de moda hoy en día. Desde El Cairo se mudó a París, donde se dedicó a dibujar parisienses atractivas y sofisticadas como si se tratara de personajes de animación. Su



Portada de Harper's Bazaar / Marcel Vertes / 1944



Portada de Vogue / René
Willaumez / 1938

técnica de ilustrar personalidad al mismo tiempo que moda, ha influido a muchos ilustradores contemporáneos.

Dagmar ilustraba la moda de manera simple, directa y clara. Trabajó para Vogue durante 20 años; su recatado enfoque gráfico la diferenció del resto de sus predecesores.

A mediados de los años cincuenta proliferó la aparición de grupos subculturales de jóvenes, que cuestionaron el status quo, se rebelaron contra la autoridad y expresaron su antipatía contra el "Sistema" a través de su vestimenta, adoptando sus propios uniformes. El estilo de estas "tribus" fue desde los beats y beatniks, a los teddy boys, mods, rockers y jipis. Elementos de sus guardarropas entraron en la moda mainstream, e inclusive se volvieron moda mainstream²⁶, y fue esta oleada de cultura joven y vibrante, mediada por las nuevas formas de arte, las drogas psicodélicas y, sobre todo, por la música pop de finales de los cincuenta y sesenta, que debilitó la hegemonía de la alta costura y cambió la cara de la moda para siempre.

En los años sesenta la cultura joven era lo predominante y, por lo tanto, ser joven y despreocupado era el ideal de moda. Sin embargo, esta década vio la continua desaparición de la ilustración de moda en la publicación de revistas. Las portadas ilustradas eran usadas ocasionalmente y la ilustración editorial era realizada por artistas de la década pasada. Pero el medio estaba en decadencia. La ilustración se reservó para publicidad, o para presentar ropa interior y accesorios. Los directores de arte, sobre todo los que trabajaban para nuevas publicaciones, invirtieron sus recursos en la fotografía, que, tras de años de experimentación, estaba abriéndose nuevos caminos. Los fotógrafos y sus musas/modelos se convirtieron en las nuevas celebridades.



Les parisiens / Kiraz

Sólo hubo un ilustrador que brilló como las grandes figuras de la ilustración de las décadas anteriores: el puertorriqueño, Antonio López. Entrenado en el New York's Fashion Institute of Technology, y gracias a su versatilidad, realizó ilustraciones a lo largo de las tres décadas siguientes, pero fue en los hedonistas sesentas cuando dejó su huella. En sus ilustraciones retrató la actitud rebelde de la generación joven y reflejó la moda como un elemento clave de esa época visual y colorista. Gracias a su gran imaginación, experimentó con todos los estilos posibles y utilizó muchísimos medios y técnicas. Cada temporada experimentaba con una nueva técnica ilustrativa y abandonaba aquellos estilos que ganaban popularidad y que eran adoptados por otros ilustradores. Fue, y sigue siendo, una gran influencia para los ilustradores de moda.

En la década de los setenta, la fotografía seguía siendo la reina de las editoriales y de la publicidad de moda. Antonio López siguió trabajando en el mundo de la ilustración y se le unieron un buen número de nuevos ilustradores influenciados por el Pop Art²⁷ y la psicodelia. En la primera mitad de la década, las ilustraciones se caracterizaron por colores muy llamativos y por estampados audaces.

Ilustradores como Lorenzo Mattotti, Mats Gustafson y Tony Viramontes desarrollaron nuevas ideas y atrayentes imágenes empezaron a dejar huella en el mundo de la moda.



British Vogue / Antonio López / 1965

Vanity / Lorenzo Mattotti / 1987

Romeo Gigli / Mats Gustafson / 1990

Tony Viramontes / 1984

Study Tetyana Brazhnyk in Stella McCartney / David Remfrey

Al final de la década, surgió un realismo espectacular en el campo de la moda. Un buen ejemplo de esta corriente son las obras de David Remfrey, cuyos dibujos a bolígrafo y tinta coloreados con una pálida aguada de acuarelas representaban a mujeres con un alto grado de realismo. Esta técnica del artista captó a las mujeres valientes y atractivas de la época. Recientemente, Remfrey ha ilustrado la exitosa campaña publicitaria de Stella McCartney, con dibujos nostálgicos inspirados en los años setenta.

Los años ochenta vieron el nacimiento de un estilo tan característico que hacía imposible que la ilustración de moda no resurgiera con fuerzas renovadas. Las hombreras de grandes dimensiones y los nuevos cortes de las prendas estaban pidiendo a gritos que los grandes ilustradores de la década los representaran. Los maquillajes eran muy expresivos y las poses teatrales: la excusa perfecta para que la ilustración de moda regresara a las revistas.

Antonio López volvió a personificar el hombre y a la mujer de la época. Dicha empresa la llevó a cabo con ilustradores como Zoltan, Gladys Perint Palmer y Fernando Botero, que en ese momento estaban explorando nuevas técnicas experimentales e innovadoras.



Zoltan fue uno de los primeros ilustradores en elaborar un conjunto de imágenes de moda que iban desde los montajes de dibujos y fotografías en tres dimensiones a los collages creados a partir de distintos objetos. Empleaba flores, telas y gemas, así como materiales orgánicos e inorgánicos para recrear la moda, del mismo modo que los ilustradores anteriores se decantaron por una selección más liberal de los materiales artísticos para sus obras. Palmer trabajó para distintas revistas y campañas publicitarias de Vivienne Westwood, Oscar de la Renta, Missoni y Estée Lauder. Uno de los artistas más conocidos de los años ochenta es Fernando Botero, experto en reproducir las colecciones de moda francesas. Tenía un estilo muy particular: creaba ilustraciones de moda con mujeres de talla grande, voluptuosas y con muchas formas. Se enfrentó a la idea de que la “gordura” nunca puede ser “bella”. Para ello, ilustró moda para tallas grandes y el resultado siempre fue exquisito.

En los últimos años del siglo XX, la ilustración de moda dejó de considerarse la alternativa pobre a la fotografía. Todo lo contrario: se convirtió en su gran rival. Ilustradores como Jason Brooks, François Berthold, Graham Rounthwaite, Jean-Philippe Delhomme y Mats Gustafson encabezaron la vuelta a la ilustración.



Berthold creó una serie de ilustraciones de moda que desafiaron todo estilo precedente. Presentó ilustraciones recortadas, sin cabezas, ni hombros, ni pies ni pantorrillas. La atención, por lo tanto, se centraba exclusivamente en las prendas ilustradas.

Las imágenes creadas por ordenador y la tecnología digital de los años noventa supusieron un nuevo auge para la ilustración. Hubo ilustradores que crearon pequeñas subculturas con un buen número de seguidores: Brooks elaboró por medio de técnicas informáticas folletos para la discoteca Pushca, y Rounthwaite creó un grupo de adolescentes neoyorquinos con la ayuda de un Mac. Sus anuncios para Levi's se colgaron en los grandes edificios de todas las ciudades: una señal clarísima de que la ilustración había vuelto. Además, todos los periódicos y las revistas del mundo publicaron las ilustraciones que David Downton hizo de las supermodelos del momento.



La década de 1990 vio a la ilustración en sus rodillas, pero en los albores del siglo XXI, comenzó a luchar con una emoción por la manufacturación que no se veía desde la década de 1960 y 1970. Los ilustradores contemporáneos no sólo son vistos como frescos y visionarios, sino que son cortejados por las marcas de moda y calzado. La revolución digital ha presentado nuevas oportunidades a la ilustración, no solo en la creación, almacenamiento y envío de imágenes, sino también ha ayudado a abrir nuevos mercados internacionales, y medios dentro de los cuales operar. Los ilustradores ahora son comisionados para ser incluidos en medios que antes no existían como teléfonos móviles, páginas web e inclusive videojuegos. Y la lista continúa creciendo.

Asimismo, se han suscitado nuevas relaciones entre espectador e imagen dibujada, localizándola como un intermediario entre fotografía y arte, e inclusive disolviendo los límites entre ellas y combinando elementos exitosamente en la obra. Con el surgimiento de nuevos software como Adobe Photoshop e Illustrator, se han revitalizado las formas tradicionales de ilustración de moda.

La ilustración trabajada a mano tradicionalmente ha disfrutado de un renacimiento con el cambio de milenio, con los ilustradores de moda mirando hacia los maestros del pasado en busca de inspiración, algunos de ellos, vigentes hasta nuestros días.

A pesar de todas las expectativas, la ilustración de moda que se basa en el empleo de la práctica artística de métodos tradicionales ha logrado sobrevivir junto al medio por los procesos modernos. La representación de la moda durante la última mitad del siglo XX se ha basado en gran medida en la fotografía, que ha dado prioridad cada vez más a la imagen sobre el contenido. Las publicaciones



David Downton

editoriales de moda en el que la entrada del estilista y el fotógrafo toman precedencia sobre la ropa y que con frecuencia se cargan con imaginaria que refleja los conceptos de glamour y la fama, o la obsesión postmoderna con los sentimientos de alienación, malestar e introspección, rara vez muestran la ropa en cualquier detalle. El arte de la lectura de una imagen gráfica dibujada, por cualquier medio que se ejecute, exige más del espectador, sin embargo, presenta la misma función que la ilustración de este tipo debe llevar a cabo. Como un ilustrador alguna vez dijo, el trabajo del ilustrador de la moda es “contar la historia del vestido”.

Como hemos visto con anterioridad, el objetivo de la ilustración es el de materializar ideas o conceptos con elementos visuales. Así pues, el dibujo como herramienta dentro de la industria de la moda y sus procesos creativos es de vital importancia: presenta una primera idea de cómo lucirá la prenda sobre el cuerpo humano²⁸ y ayuda a expresar y transmitir el estilo individual, la energía y creatividad de dichas prendas. En este capítulo definiremos la ilustración de moda y los elementos que debe contener.

ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE ILUSTRACIÓN DE MODAS

El concepto de ilustración de fashion o de modas abarca un amplio rango de obras, tanto las creadas por quienes se dedican al diseño de prendas como los ilustradores y aparato promocional que la acompaña. El ilustrador de modas no necesariamente diseña prendas, sin embargo puede ser asistente de dicho proceso; la función primordial de la ilustración de modas es la de presentar y promocionar colecciones o marcas, la de vender una actitud y estilo de vida, en conjunto con la fotografía²⁹, especialmente en el ámbito editorial.

La ilustración de moda es mucho más que un dibujo para un artículo de ropa. Tiene la intención de no sólo representar la prenda, sino que está diseñada para darle al espectador una sensación acerca de ella. Posee la intención de vender una actitud que acompaña a la ropa. Cualquier persona puede hacer un dibujo, pero se necesita un ilustrador para transmitir una emoción determinada con su arte. La ilustración de moda está diseñada para vender un atuendo, al proporcionar una sensación de lo que está viendo³⁰.

Es, además, una herramienta fundamental para la presentación de las creaciones de un diseñador. No sólo tiene que ser una imagen estéticamente agradable, sino que también es probable que tenga que proporcionar cierta información y mostrar ciertas cualidades de la ropa³¹.

Cabe hacer una distinción entre un boceto de diseño y una ilustración de moda: el primero es un dibujo detallado del diseño de una prenda, que contiene especificaciones para que sea llevada del papel a la pasarela por el estudio de diseño; la ilustración por su parte, se usa para promocionar un diseño completado de la misma manera en que haría una fotografía. No obstante, en ocasiones la misma pieza puede funcionar para ambos propósitos³².

En años recientes, la predilección de la ilustración sobre la fotografía ha sido evidente, ya que permite dotar a las prendas de un contexto contemporáneo y la interpretación personal del artista, seleccionar y enfatizar un atributo en particular, priorizar la figura humana sobre la prenda, transmitir un estado de ánimo o una atmósfera³³.

Con el afán de mantener a la ilustración por sobre la fotografía, es importante que el ilustrador se mantenga al día con los tiempos y se reinvente continuamente experimentando con todos los medios a su disposición. De esta manera, la ilustración de modas continuará desarrollándose y ofreciendo interpretaciones frescas, asegurando su lugar en el mundo comercial en un futuro³⁴.

En conclusión, la ilustración de moda es una herramienta de la que se valen los diseñadores para promocionar sus colecciones, pues

ayuda a transmitir el concepto y estilo de vida bajo el que se construyen dichas colecciones al establecer una relación directa entre el artista, la pieza y el espectador.

.....

Como en cualquier ámbito de la ilustración, es necesario conocer las técnicas, procesos y materiales en la creación de las obras. La ilustración de modas no es la excepción, y al respecto existen ciertos requerimientos propios de ésta como lo son el dibujo de la figura humana, la representación de distintos materiales y telas, así como de las prendas sobre el cuerpo humano. Asimismo, no debemos dejar de lado los elementos básicos de la ilustración como el color. A continuación se profundizará en los aspectos fundamentales en la creación de una ilustración de modas.

ASPECTOS TÉCNICOS

El figurín es el nombre que recibe la representación esquematizada de la figura humana en el dibujo de moda. Es la percha que viste las creaciones. Se construye a partir de un dibujo lineal que realza la pose y las curvas más destacadas del perfil de la figura. El figurín debe mostrar una expresión viva y presentar una línea satisfactoria que ofrezca toda la información necesaria para entender la pose y la anatomía del modelo³⁵.

El figurín

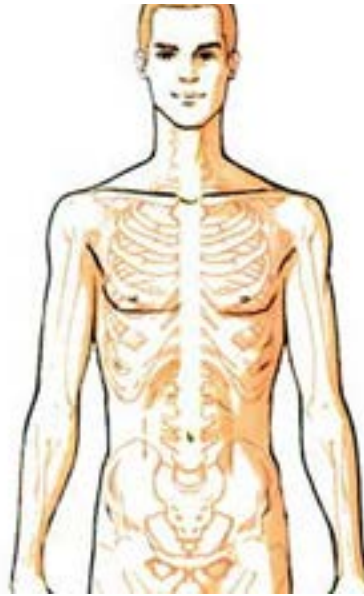
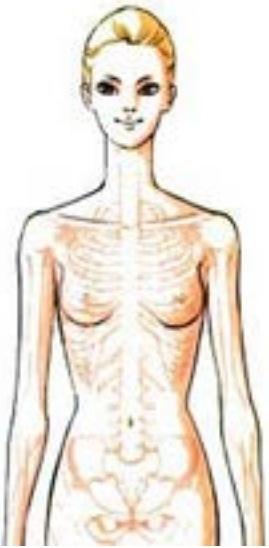
La disciplina de la ilustración de modas se basa en dos capacidades primordiales: el conocimiento de las proporciones humanas y de cómo éstas se alteran con el movimiento, y la capacidad de representar los detalles de la ropa.

Para poder representar adecuada y convincentemente las prendas, es necesario conocer inicialmente la figura humana.

La correcta representación de la figura humana es de vital importancia para la ilustración de modas, para lo cual debemos estudiarla antes de comenzar a dibujarla. Comenzaremos analizando la anatomía básica del cuerpo humano, que servirá como fundamento para entender su estructura y movimiento.

Anatomía básica

Comenzaremos con el esqueleto, que constituye el armazón del cuerpo humano, justifica por qué el cuerpo se rellena o se reduce en ciertas partes, y se dobla y equilibra de una manera particular³⁶ (ESQUEMA 1). Éste cambia de una edad a otra y de un sexo a otro, sin embargo el número y posición de las uniones permanece igual. Dichas uniones nos permiten conocer qué movimientos puede realizar el cuerpo humano³⁷.



ESQUEMA. 1 Uniones del esqueleto

El esqueleto constituye el armazón del cuerpo, justifica por qué el cuerpo se rellena o reduce en ciertas partes.

El eje principal, la fuerza en la que el resto del cuerpo se sostiene, es la espina dorsal o columna vertebral. Soporta el cráneo por detrás al nivel más o menos de los ojos, al estar compuesto por discos independientes apilados, tiene una movilidad considerable hacia atrás, adelante y los lados.

La caja torácica empieza al nivel del hombro desde la espina dorsal, se curva hacia adelante creando una cavidad para los órganos vitales. Aunque las costillas se inclinan hacia abajo desde el cuello hasta la parte delantera, se elevan de nuevo para encontrarse con el centro del pecho.

Los omóplatos y las cavidades también se unen a la parte trasera del cuerpo, detrás y fuera de la caja torácica, también se conectan a la parte superior de la placa de los senos al frente, por las clavículas o huesos del cuello.

Debajo de la caja torácica continúa la columna vertebral hasta la pelvis. Ahí se crean dos huecos en la parte superior de las caderas en donde se albergan el resto de los órganos internos. El espacio entre la pelvis y la caja torácica produce el estrechamiento de la cintura.

El hueso superior de la pierna se une a la cavidad en la cadera, casi en un ángulo recto, y llega hacia el interior de la rodilla. Es sólo entonces que los huesos inferiores de la pierna van directamente hacia el talón y los pies.

De la misma manera que en las piernas, los brazos comienzan con un hueso principal, que se extiende hasta el codo a nivel de la cintura, con dos huesos que continúan hacia la muñeca a nivel de la cadera, antes de llegar a la intrincada estructura de la mano.

El esqueleto humano es más o menos simétrico y su tamaño es permanente en cualquier pose.

Una vez establecido el armazón del esqueleto el ilustrador debe saber las formas de los músculos y la grasa que mantienen unidos los huesos y a los órganos en su lugar y permiten el movimiento. Una vez que se han incluido los músculos, la forma del cuerpo se vuelve aparente.

Después de los músculos faciales, la primera sección a observar es la del cuello. Los músculos al frente se curvan desde justo debajo de la oreja, bajan más estrechamente que la cabeza en las esquinas de la mandíbula y se encuentran al centro en el pecho, entre las clavículas.

Los brazos están soportados por los músculos pectorales a través del pecho y por los músculos del hombro. Estos músculos se sumergen brevemente, a medio camino entre el cuello y la punta del hombro. La parte exterior del brazo continúa hacia abajo en tres curvas hacia la muñeca. El primero a nivel de la axila, el segundo a la parte trasera alta del codo, y finalmente baja hacia el antebrazo y a la muñeca.

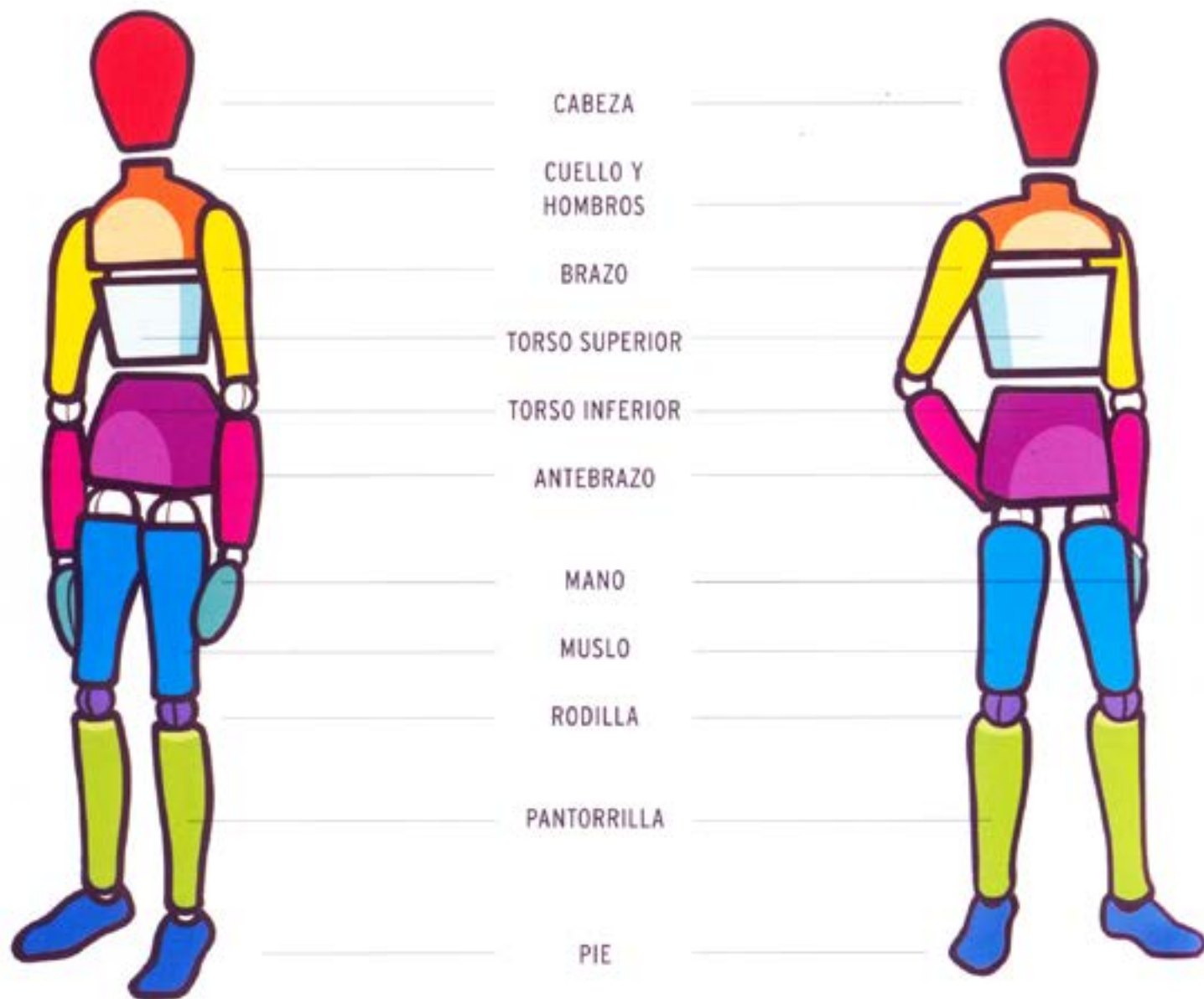
El brazo interior se divide en dos curvas, van desde la axila hasta el codo y de ahí al inicio de la mano y el pulgar.

Como se ha explicado, el cuerpo se estrecha en la cintura y luego se llena alrededor de las caderas. Aunque las piernas empiezan aquí, la forma de la pierna hasta el tobillo crea dos curvas en el perfil exterior: desde la cintura hasta la parte media de la rodilla, y desde allí hasta el tobillo.

La parte superior de las piernas tiene los músculos más fuertes del cuerpo, y los ángulos invertidos de los huesos que se unen en las rodillas están rodeados de carne. Esto significa que existe una línea casi recta desde la entrepierna hasta los tobillos. A diferencia de los brazos, hay 3 curvas en la parte interna de las piernas, la primera se detiene justo arriba de la rodilla, la siguiente en la unión de la rodilla y la última continúa hasta el tobillo.

Para representar correctamente el cuerpo humano es de ayuda imaginarlo dividido en partes o bloques, 11 para fines prácticos, correspondientes a cabeza, cuello y hombros, brazo superior, torso superior, torso inferior, brazo inferior, mano, muslo, rodilla, pierna inferior y pie (ESQ. 2).

Este método permitirá indicar las proporciones y la silueta general del cuerpo de manera más sencilla. Pueden ser manipuladas para representar distintas poses, teniendo en cuenta que las 11 partes se mueven siempre en relación con las otras.



ESQUEMA. 2
División del cuerpo en 11 partes.

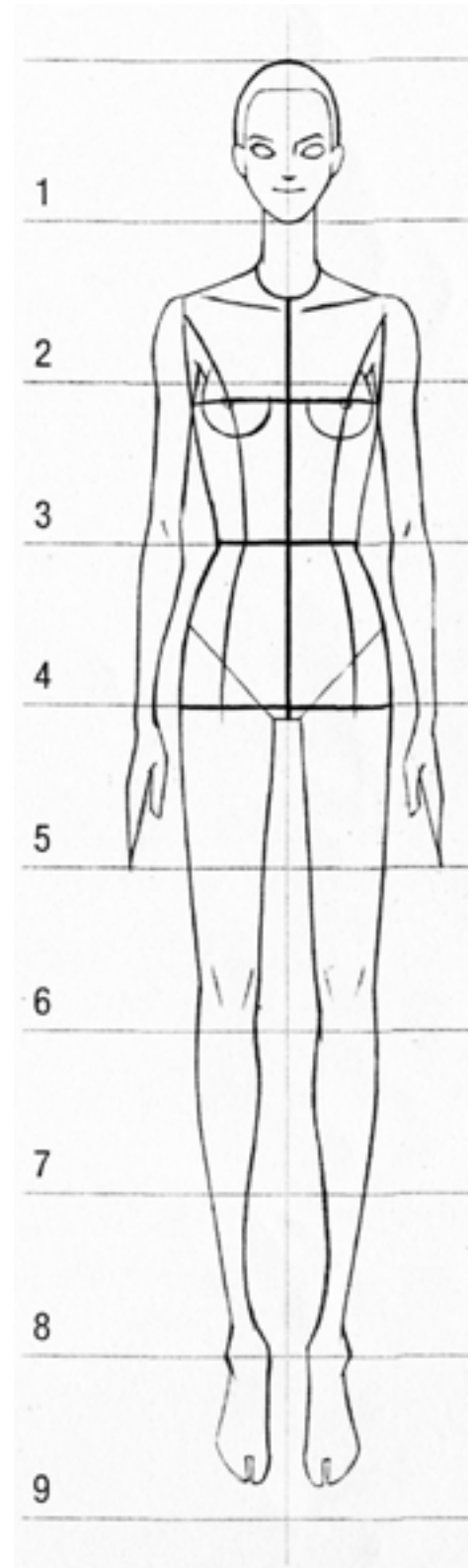
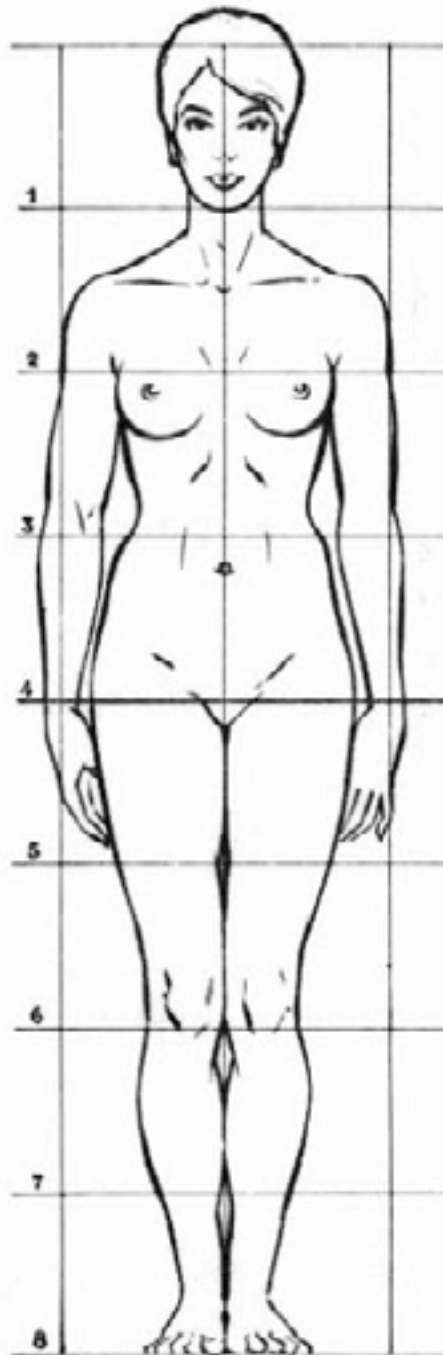
La figura humana se puede dividir en once partes básicas, lo que ayuda a visualizar el cuerpo como un conjunto de formas.

Proporción

La figura humana debe ser dibujada en proporción³⁸. Un método común es el de medir el cuerpo tomando como unidad la medida de la cabeza, contando el número de veces que ésta cabe en la altura total del cuerpo. En la naturaleza la proporción del cuerpo equivale a 7 ½ cabezas; sin embargo, durante los tiempos de la Grecia Clásica y el Renacimiento, se estableció que la proporción ideal es de 8 cabezas, que equivale al estándar de las proporciones perfectas. Este estándar se utiliza todavía en la actualidad, aún cuando ningún cuerpo humano tiene esas medidas perfectas, ya que funciona para representarlo de manera gráfica y establecer un balance visual (ESQ. 3).

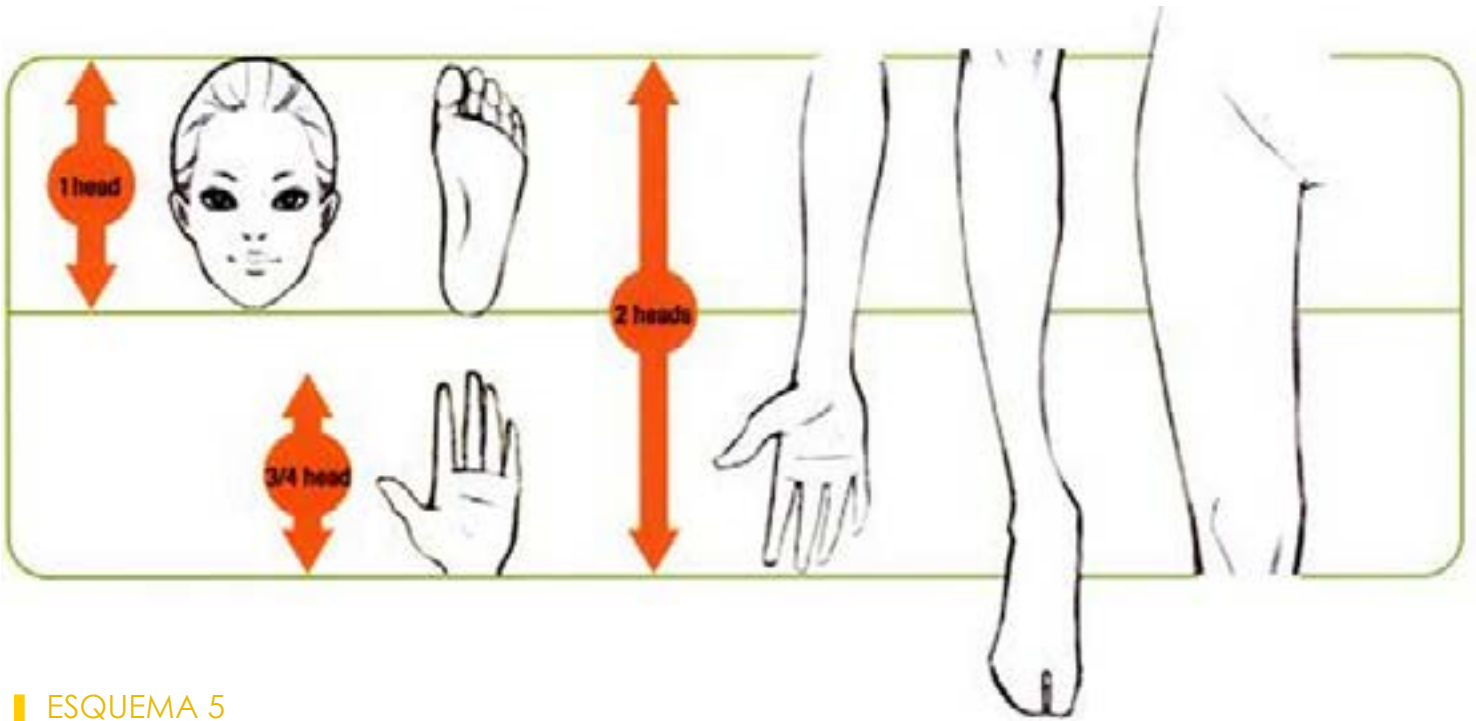
ESQUEMA 3
Canon de proporción
de 8 cabezas

ESQUEMA 4
Estilización del cuerpo
humano a proporción de 9
cabezas



Teniendo en cuenta esta medida, podemos establecer la posición de las partes del cuerpo femenino, que es el más comúnmente representado en moda; así, habitualmente, la línea del busto se ubica en nivel de 2 cabezas, el codo y la línea de la cintura en 3 cabezas, la cadera en 4, las rodillas en $6 \frac{1}{2}$ cabezas y los dedos de las manos en el nivel de 5 cabezas.

En el caso específico de la ilustración de moda, no es estrictamente necesario representar el cuerpo de manera precisa. Desde fines de los 60's y principios de los 70's la exageración de la proporción del cuerpo ha prevalecido e influenciado considerablemente al dibujo de modas³⁹.



ESQUEMA 5
Proporción entre las partes
del cuerpo

Con el propósito de añadir glamur, interés y carácter a la obra, la representación del cuerpo humano se estiliza. El ilustrador de moda apunta por representar y expresar las características que en determinado tiempo y sociedad se perciben como hermosos, por lo que se resaltan aquellos rasgos mediante la exageración.

Así, la proporción puede variar según el artista. En términos de proporción nada está escrito. A menudo los artistas elongan la figura humana para dotarla de elegancia y gracia; la mayoría de los figurines de pie están proporcionados entre 9 y 10 cabezas de altura, dicha altura extra se añade en la longitud de las piernas, con un poco incorporado también al cuello y al torso, justo por encima de la cintura. No obstante, las modificaciones a la proporción también varían de acuerdo con la ropa, para la que se crea un determinado personaje que la complementa.

Hay algunas recomendaciones útiles que hay que mantener en mente para no perder la proporción de las partes del cuerpo al dibujarlas en distintas poses, como por ejemplo, en los adultos las piernas constituyen casi la mitad de la altura total. Cuando los brazos se encuentran relajados, las puntas de los dedos alcanzan la mitad de los muslos. La longitud de antebrazos, muslos y piernas inferiores equivalen a dos cabezas, mientras que los pies a 1 y las manos aproximadamente a $\frac{3}{4}$ de la medida de la cabeza. El ancho del cuerpo, por su parte, a la altura de los hombros y las caderas corresponde a $1 \frac{1}{2}$ cabezas, mientras que en la cintura se reduce a 1 cabeza, para mujeres; en el caso del cuerpo masculino, la anchura de los hombros es de 2 cabezas, la cintura a 1 y la cadera a $1 \frac{1}{2}$ cabezas.

En el caso de la proporción para el cuerpo de niños y adolescentes, tomando como referencia el estándar de 8 cabezas, los infantes tienen una altura total de 4 cabezas, los niños pequeños hasta 6 años de 5 cabezas, de 7 a 11 años de edad 7 cabezas, y, con una ligera elongación de las piernas, los adolescentes miden 8 cabezas.

El equilibrio de la figura es el factor más importante cuando se dibuja una postura: la imagen debe estar bien equilibrado⁴⁰, de lo contrario puede dar la sensación de que el cuerpo va a caerse.

Esto se logra trazando una línea vertical para las poses de pie o caminando. Dicha línea va desde la cabeza hasta el suelo.

En las poses estáticas es bastante evidente esta línea de equilibrio, sin embargo, es valioso hacer poses más dinámicas, con movimiento, pero siempre manteniendo el equilibrio del peso del cuerpo.

Una de las maneras más efectivas de sugerir dinamismo a una pose es separando la parte superior del torso de la inferior, así, los hombros y la línea del busto se inclinan en una dirección diferente de la de la cintura y la cadera, insinuando una “S”. Para crear una figura balanceada es importante trazar la línea de equilibrio, la pierna apoyada soporta la mayoría del peso de la figura. Siempre surge de la cadera más alta y se angula hacia abajo hacia la línea de equilibrio⁴¹.

Cuando el torso y la pierna de apoyo están establecidas, es posible manipular la posición de la cabeza, brazos y pierna extendida para crear variaciones.

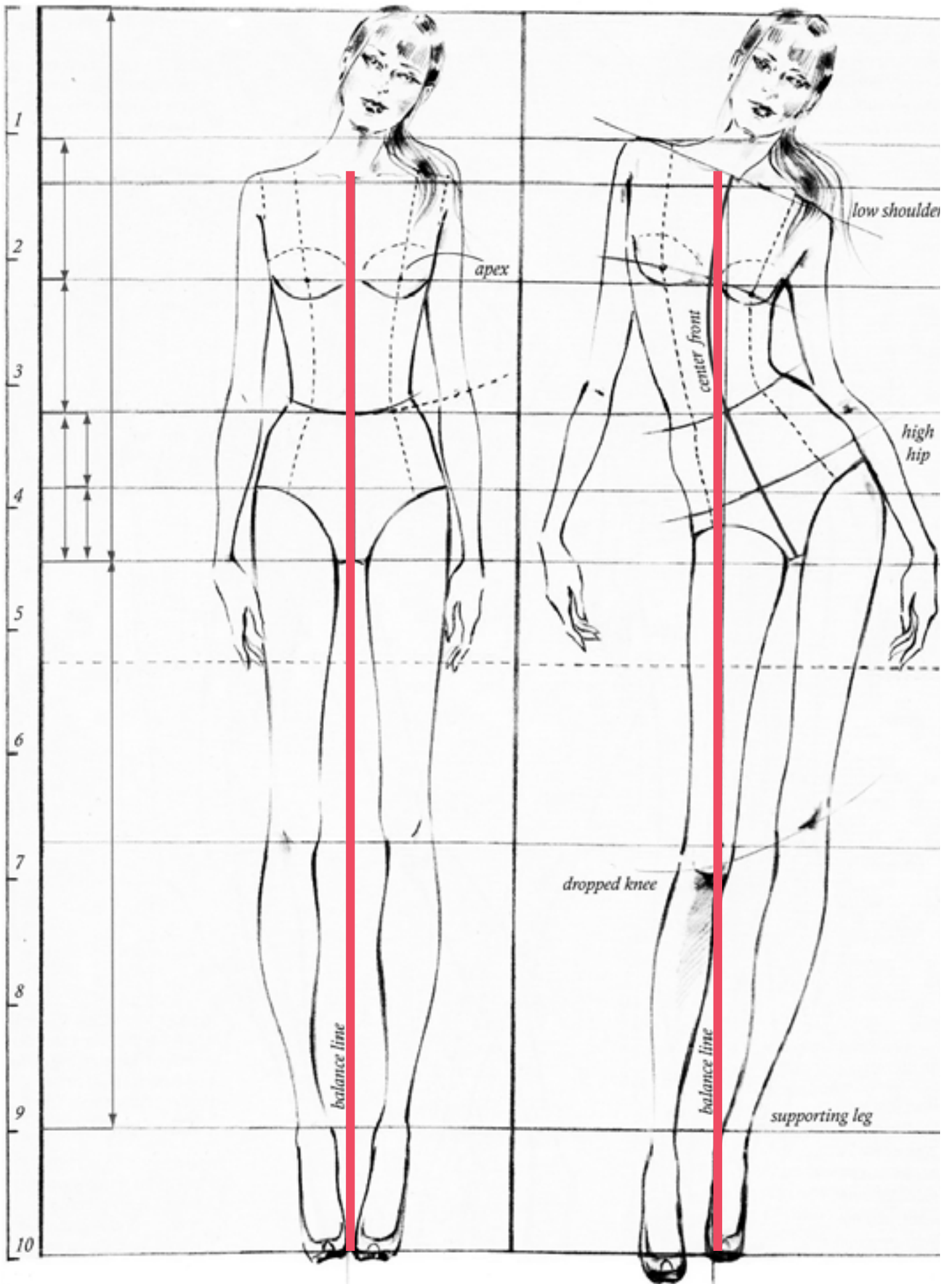
El principio de la línea de equilibrio aplica para todas las poses, tanto para mujer como para hombre, aunque en este último generalmente el movimiento y la gestualidad son menos dramáticos que en el de la figura femenina⁴² (ESQUEMA 6).

Para representar las prendas es importante definir la posición del cuerpo de manera que éstas luzcan. La manera cómo una persona se para o está de pie revela mucho de su ánimo y expresiones, ayuda a transmitir cierta actitud y a menudo es la posición del cuerpo la que atrae la mirada. Es importante definir para quién se está ilustrando, de esta manera será mucho más acertada la elección de una u otra pose que represente ese concepto.

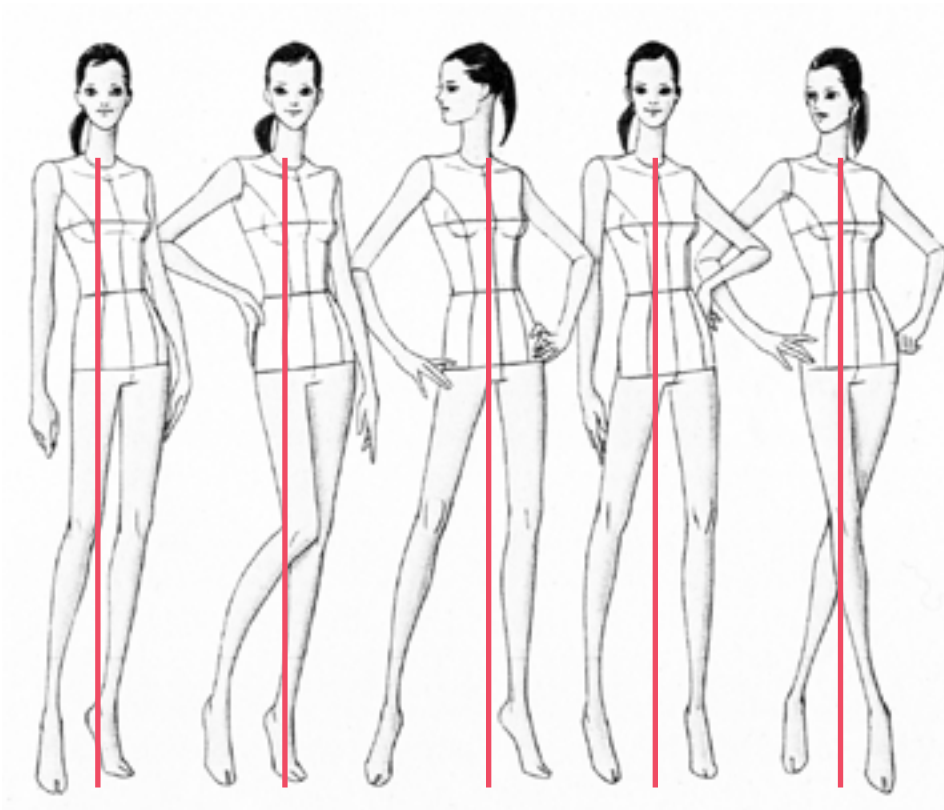
En el mundo de la moda existen poses recurrentes incorporadas al lenguaje universal de ésta, que se designan como “poses con-

Equilibrio

Pose



ESQUEMA 6 Línea de equilibrio



ESQUEMA 7 Línea de equilibrio en variaciones de pose

vencionales”. Se caracterizan por ser poco forzadas, naturales y de uso exclusivo en la moda. Es importante conocerlas y adaptarlas al estilo personal del ilustrador ya que forman parte del lenguaje propio de la moda.

En las posturas para los figures se debe evitar la rigidez⁴³, la simetría y la frontalidad. Esto con la finalidad de adquirir una actitud más natural y relajada, cómoda. Tal distensión se manifiesta en la posición asimétrica de los brazos y piernas, la inclinación lateral y de las líneas de hombro y cadera, en la relajación de las manos y brazos. Se debe eludir posturas forzadas y movimientos bruscos.

Una manera sencilla de hallar posturas es estudiándolas de nuestro entorno, ya sea de aquellas que aparecen en fotografías en revistas o del natural, es decir, de personas en la vida cotidiana. Se realizan bocetos rápidos que con pocos trazos nos indiquen un movimiento gracioso, una actitud desenvuelta o un ademán ágil.

Las poses se crean inclinando los huesos. En postura recta, el hombro se inclina junto con las vértebras. Del mismo modo, la pelvis se inclina cuando cambiamos el peso de una pierna a la otra. La regla básica para construir poses es: “Cuando baja el hombro izquierdo, baja la cadera izquierda”⁴⁴.

Rasgos individuales

Además de dibujar el cuerpo humano es esencial ilustrar otras partes más detalladas que agregarán el toque final a nuestra obra. Estas partes a menudo representan un reto para el ilustrador novato, sin embargo, una vez comprendidas las formas básicas para representarlos será mucho más sencillo incluirlos con destreza dentro del conjunto.

Estas partes corresponden al rostro y sus rasgos, cabello, manos y pies. A continuación se expondrán algunos consejos útiles para la representación de cada uno de ellos. Aún cuando se opte por un estilo realista y apegado a la realidad, o uno abstracto e imaginativo, estos consejos permitirán combinar dichos estilos de manera que cuadren con el estilo personal del artista.

Comenzaremos por la cabeza. El primer paso es recopilar toda la información académica posible referente a la representación gráfica de una cara. Después, cada ilustrador encontrará un estilo personal propio. Una vez aprendidos los cánones académicos de la cabeza humana, se debe sintetizar lo aprendido mediante el uso de mediciones básicas y formas geométricas simples.

La importancia del rostro radica en que aporta información acerca de la edad, género, estilo e imagen, por lo que debe adaptarse y ser coherente con las prendas. Por ejemplo, un rostro con poco maquillaje, cabello al natural y rasgos suaves van acorde con un estilo casual; mientras que un cabello y maquillaje estilizados elegantemente y definidos, encajan con un *look*⁴⁵ de noche sofisticado⁴⁶. A continuación se describe la manera cómo representar la cabeza en posición frontal.

La forma de la cabeza recuerda a la de un huevo invertido o un óvalo, y vista de frente es simétrica. Esa línea de simetría representa una primera referencia para el artista. Si se traza una línea vertical que divida al rostro en dos partes iguales, establecemos el eje de simetría que nos permitirá situar los rasgos de manera proporcionada.

La cabeza se divide en 3 partes principales: el cráneo, los huesos faciales y la mandíbula. Para ubicar cada uno de los rasgos del rostro se divide éste a la mitad de manera horizontal y vertical, obteniendo 4 cuadrantes. La mitad inferior se divide nuevamente a la mitad de manera horizontal. En la línea que marca la mitad del rostro de manera horizontal es en donde se posicionan los ojos, con un espacio entre ellos de aproximadamente un ojo. Los ojos son a menudo uno de los puntos focales del rostro, aunque conviene no trabajarlos de más con el maquillaje. La base de la nariz caerá sobre la segunda línea horizontal y su anchura será sólo un poco más ancha que la



1



2



3



4



5



6

distancia entre los ojos; generalmente se le da menos protagonismo a la forma de la nariz y se le representa con dos puntos para las fosas nasales y una línea vertical cerca del centro para insinuar la sombra que esta genera. Las orejas van a la altura de los ojos y su longitud corresponde a la distancia entre las cejas y la base de la nariz; pueden ser útiles a la hora de mostrar aretes, si es apropiado. De la segunda línea horizontal hacia abajo, justo a la mitad se localiza la boca. Sus bordes están casi alineados a los centros de cada pupila. Finalmente se dibuja el cabello, en general únicamente vale la pena representar la forma general que éste genera, más que dibujar cada cabello individualmente (ESQUEMA 8).

La cabeza de perfil tiene una forma más redonda que en posición frontal. Se divide igualmente por la mitad mediante un eje vertical sobre el cual se localizarán las orejas. Las divisiones horizontales empleadas en la pose de frente son útiles también en el perfil para ubicar las partes del rostro. En el caso particular de los ojos y los labios, se utiliza el triángulo para representarlos de perfil.

Una vez se ha dibujado la forma de la cabeza y se ha estilizado ésta, se solucionan los componentes faciales. Se apunta por la elegancia, la distinción, la gracia en el movimiento del cuello, el carácter y la fuerza expresiva de la mirada, entre otros. Los elementos faciales pueden modificarse individualmente, ayudando a personalizar y particularizar el dibujo estilizado. Debe evitarse caer en la caricatura o caracterización cómica del figurín, pues lo que pretendemos es hacer una ilustración de moda, realzando el ideal de belleza de la figura humana y no tratar de parodiarlo.

Ahora bien, el cabello debe ser cuidadosamente considerado, ya que puede transformar por completo la apariencia de la cabeza. La vitalidad o dinamismo del peinado subraya o complementa el diseño de la prenda. Para los atuendos de alta costura se utilizan peinados clásicos y formales, mientras que para las tendencias contemporáneas, los peinados tienden a ser estructurales y asimétricos.

Para dibujar el cabello se comienza por trazar una forma general sintetizada de éste, se bocetan las caídas, pliegues o el peinado. Las líneas del cabello deben fluir desde el cuero cabelludo y seguir la dirección propia y lógica del estilo seleccionado: para el cabello lacio corresponden trazos rectos, mientras que el rizado puede repre-

ESQUEMA. 8 Construcción de la cabeza humana femenina

1. Se dibuja el contorno de la cabeza, generalmente parece un huevo invertido.
2. Divida la cabeza en dos partes, vertical y horizontalmente. Vuelva a dividir la parte inferior en dos horizontalmente.
3. Sitúe los ojos en la línea horizontal superior. Entre ambos ojos deje la distancia equivalente a un ojo. Dibuje las cejas.
4. La base de la nariz se debe situar en la línea horizontal inferior. Dibuje las orejas, el tamaño de éstas suele corresponder a la distancia entre la ceja y la parte inferior de la nariz.
5. Vuelva a dividir la mitad inferior de la cara y utilice la línea horizontal inferior como guía para la boca.
6. Para acabar dibuje la forma general del cabello.

ESQUEMA 9
Cabeza de perfil



ESQUEMA 10
Estilización de rasgos
Beauty Head / Antonio Lopez / 1963



sentarse mediante espirales y, en caso de ser crespo, con un garbateo circular fino. Conviene dibujar mechones grandes de cabello en lugar de pelo por pelo, así como variar el tono del cabello con reflejos para agregar definición más que tratarlo como si fuera una masa única.

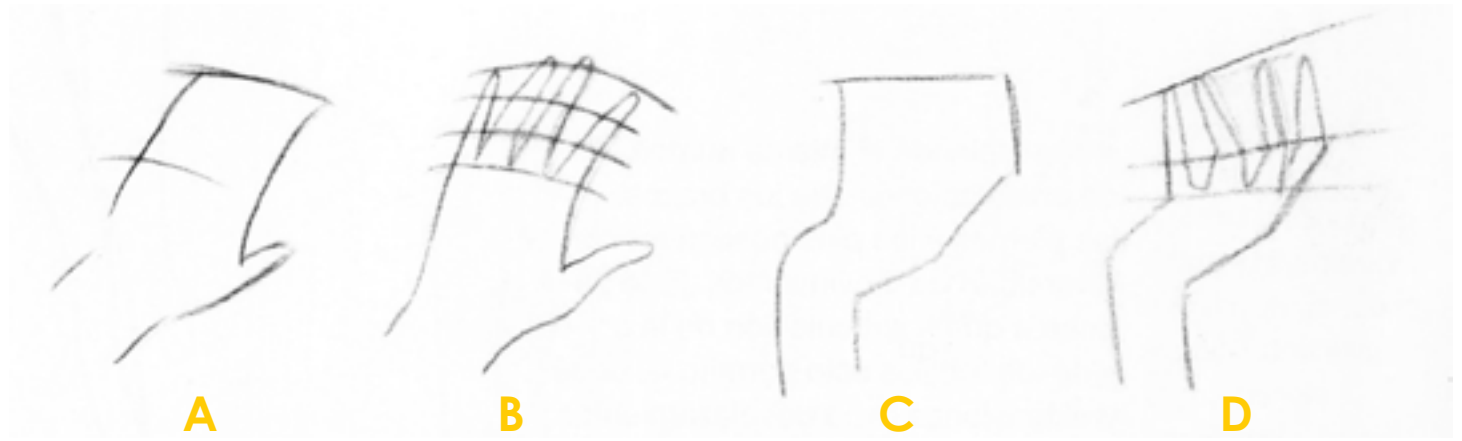
Por otra parte, el dibujo de manos y pies bien realizado puede realzar y dar un acabado más grácil al figurín, mientras que uno mal ejecutado perjudicaría una buena ilustración.

La mano es la parte del cuerpo que ofrece mayor número de posiciones distintas. En términos de dibujo, la mano tiene dos partes principales: la palma y los dedos; y al mismo tiempo, se deben considerar dos caras, la dorsal, donde terminan los tendones y aparecen los nudillos, y la palma de la mano. La cara dorsal es convexa⁴⁷, mientras que la palma es cóncava⁴⁸.

Para entender mejor la estructura y dimensiones de la mano se debe partir de un esquema geométrico que delimite la forma general de ésta, y continuar con la representación de los dedos por medio de óvalos o líneas rectas. La longitud de cada dedo es distinta, los diferentes puntos de articulación y movimiento pueden ser señalados por un ligero trazo curvo superpuesto al trazo de los dedos, que coinciden con los puntos de flexión de cada falange (ESQUEMA 11).

En la ilustración de moda es aconsejable simplificar el dibujo de las manos, demasiados detalles pueden hacerla lucir arrugada. También, hay que poner atención a la proporción, un error común es dibujarlas demasiado pequeñas. La mano estirada debe cubrir la cara.

Por otra parte, los pies suelen dibujarse de manera simplificada y a menudo asumen la forma del calzado. A diferencia de la mano, pre-



ESQUEMA 11

Estructura de la mano

La estructura de la mano es sencilla: se divide en dos mitades, una corresponde a la palma y la otra a los dedos (A).

La disposición de los dedos se resuelve con varias líneas curvas que coinciden con los puntos de flexión de cada falange (B).

Si bien la estructura de la mano es sencilla, su dibujo se complica cuando los dedos se abren y se agarrotan. En tales casos conviene sintetizarla con una forma geometrizable (C). Sobre el esquema anterior se dibujan las líneas que delimitan la extensión de las falanges y, a partir de estas, concluimos la forma de los dedos (D).

senta un volumen más cerrado y compacto. El esquema de dibujo será similar al practicado en la representación de la mano, se realizará a partir de un círculo u óvalo que corresponda al talón, y un segundo óvalo más alargado para el metatarso. Los dedos, igualmente que en la mano, se representarán por líneas o pequeños cilindros. Si se representa el pie de perfil, se sintetiza sencillamente con una forma triangular. No debemos olvidar mantenerlo en proporción, que habitualmente en la ilustración de moda corresponde a una octava parte de la longitud total del cuerpo, o lo que es lo mismo, a la longitud de la cabeza. Aunque en el ámbito de la moda se acostumbra dibujar el pie largo y esbelto.

Como hemos visto con anterioridad, el dibujo de la figura humana en la moda tiende a la idealización de ésta más que a la representación fiel y realista; este principio es aplicable también a la figura masculina, que presenta características físicas y psicológicas particulares y que deben ser tomadas en cuenta al momento de dibujarlas. Por lo general, se enfatizan tales características físicas para reafirmar la masculinidad, dependiendo de la edad y actitud que se desea transmitir.

A menudo se establecen proporciones relativas entre figurines femeninos y masculinos. Así, si el figurín femenino tiene una proporción de nueve cabezas, también el masculino tendrá estas proporciones, con la diferencia de que la cabeza como unidad de medida será un poco más grande.

Las proporciones y altura de los hombres suelen variar bastante de la de las mujeres; los hombres acostumbran a ser más altos, de 9 a 10 cabezas de longitud total; con el torso más alargado y las piernas más cortas que en la figura femenina, particularmente de la rodilla para abajo (ESQUEMA 12).

Figura masculina

En comparación con la figura femenina, la figura masculina tiene una estructura esquelética y muscular más desarrolladas y, por ende, más prominentes. Los hombros y el pecho son más anchos y prácticamente rectos; en general, se destaca más el tono muscular. Aunque, para la ilustración de moda no es estrictamente necesario que la figura masculina sea corpulenta, eso dependerá de cada ilustrador y su cliente.

El torso superior en la figura masculina es dibujado como la parte más ancha del cuerpo y se estrecha en la cintura, aunque no tanto como la cintura femenina, y la línea de la cintura a la cadera es prácticamente paralela. Además, el torso es más largo, la cintura más baja y las caderas más estrechas. Los brazos y hombros agregan anchura a la silueta general y se representan tonificados y musculosos, al igual que el abdomen. Los brazos se dibujan cercanos al cuerpo, a menos que se encuentren realizando alguna actividad específica; las manos por su parte son menos expresivas que en la mujer. Las poses suelen ser menos dramáticas y fluidas que las usadas en las féminas, aplicando igualmente el principio de la línea de equilibrio (ESQUEMA 13).

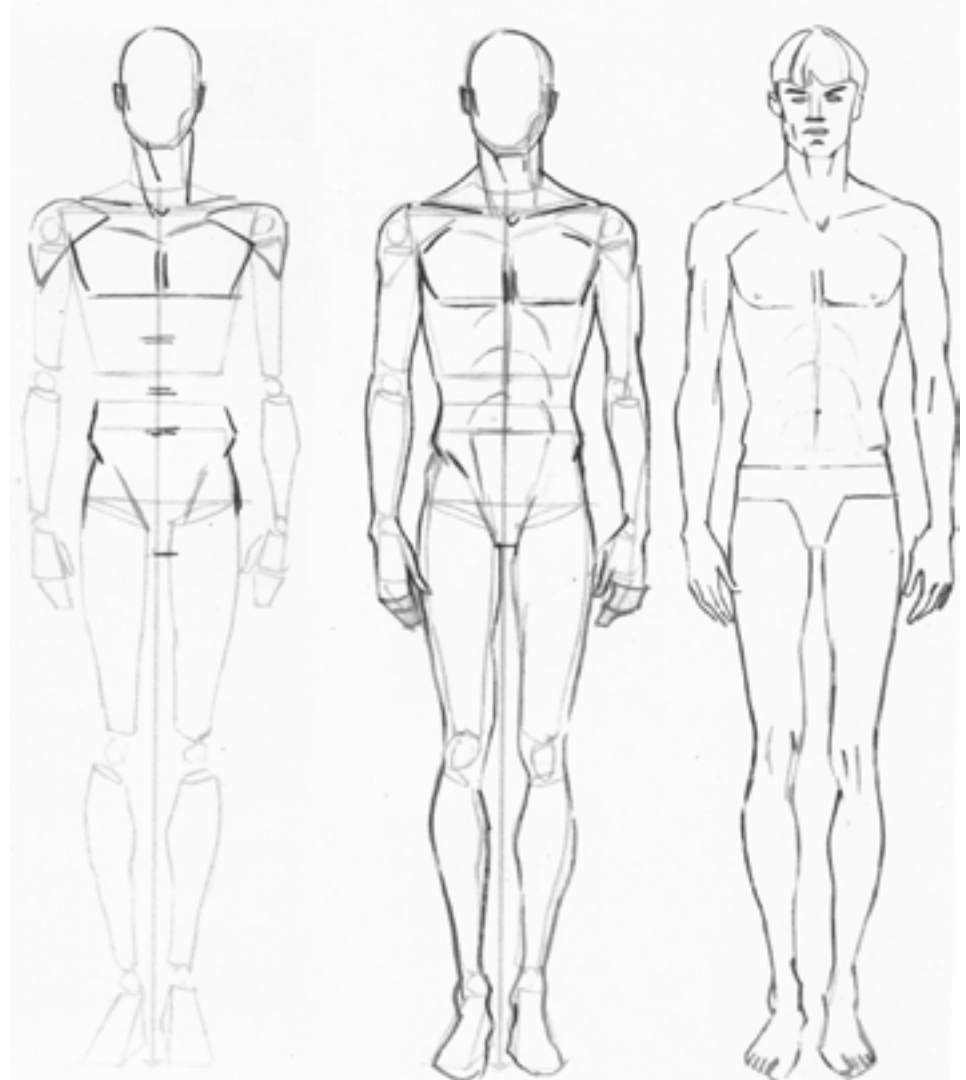
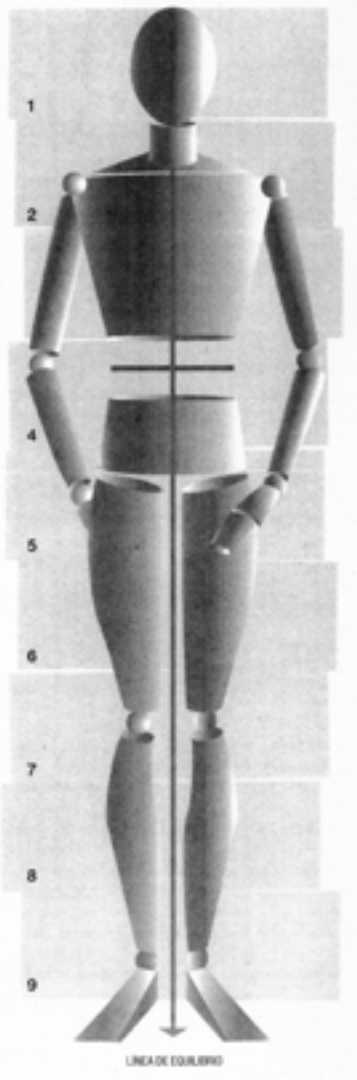
Las piernas son proporcionalmente más gruesas y musculosas que las de la figura femenina; con las rodillas prominentes y los pies más largos y angulares.

Al momento de dibujar la figura masculina, las líneas tienen una propensión a ser rectas, casi como si se unieran puntos, de ser más curvas insinúan una forma femenina y grácil.

Dado que la gravedad tiene el mismo efecto en los hombres que en las mujeres, las normas de equilibrio aplican de la misma forma en el figurín masculino y femenino.

Al igual que en el figurín femenino en la pose de reposo, el ángulo de los hombros del figurín masculino estará en oposición al de las caderas. Al desplazarse la parte inferior del torso, la cabeza estará situada justo encima del pie de la pierna de soporte. También hay una insinuación de la curva en "S", aunque en menor medida que en el figurín femenino.

Debido al desarrollo esquelético y del tono muscular que poseen los hombres, son menos flexibles que las mujeres, lo que ocasiona que al trasladar el peso del cuerpo la oposición entre la parte superior e inferior sea menor. De esta manera, las poses del figurín con una distribución del peso uniforme se consideran más masculinas. De la misma manera que en el figurín femenino, debemos com-



pletar el masculino con el trazo de rasgos individuales para dar un terminado más profesional, así como dotar de una actitud y personalidad determinada al figurín.

Comenzaremos por la cabeza y el rostro, que en el figurín masculino el ideal está menos establecido y se requiere de menos edición que en el caso del femenino. Trazos y sombras fuertes y definidos ayudarán a definir la expresión de la estructura esquelética del hombre. En términos de forma global, será más angulosa la cuadratura de la mandíbula, y se usarán trazos rectos para definir los rasgos y sugerir la estructura ósea. Además de eso, muchos de los principios básicos para dibujar la cabeza femenina aplican al dibujo de la cabeza masculina.

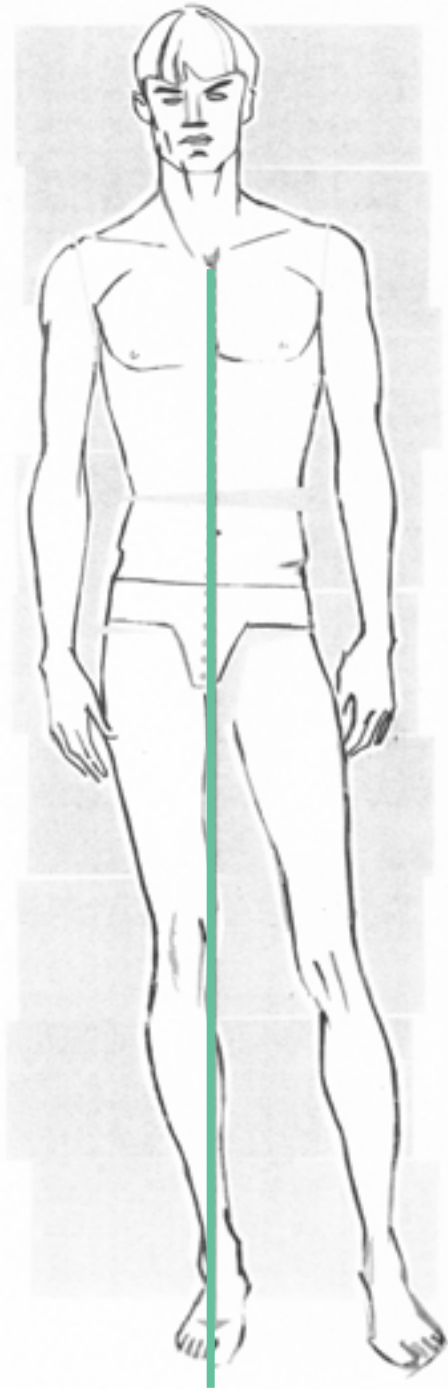
Como punto de partida tenemos la posición frontal. Se utilizan más o menos los mismos puntos de referencia. Se empieza por dibujar una forma oval, más ancha en la parte superior y más estrecha y plana en la inferior. A continuación se traza una línea guía vertical y una horizontal que dividan cada una por la mitad al rostro, obteniendo

ESQUEMA 12
Proporciones del cuerpo humano masculino

ESQUEMA 13
Construcción del figurín masculino

ESQUEMA 14

Línea de equilibrio en figurín masculino en posición de contraposto



cuatro cuadrantes. Se pule la forma de la mandíbula haciéndola más angulosa. Finalmente, se ubican los rasgos faciales tomando en cuenta los puntos de referencia utilizados para el rostro femenino. Los ojos se localizan a la mitad, con las cejas espesas y sin enfatizar el párpado superior, pues podría parecer maquillaje, en consecuencia pueden parecer más pequeños que los ojos femeninos. La boca es más ancha y con los labios menos carnosos; un trazado cuidadoso de los planos espaciales se puede utilizar para definir la estructura de una nariz más prominente. Las orejas por su parte, se localizan a los lados de la cabeza a la altura de los ojos hasta donde se encuentran las fosas nasales. El cuello no gana longitud, sino anchura, además de ser menos curvo en la unión con los hombros.

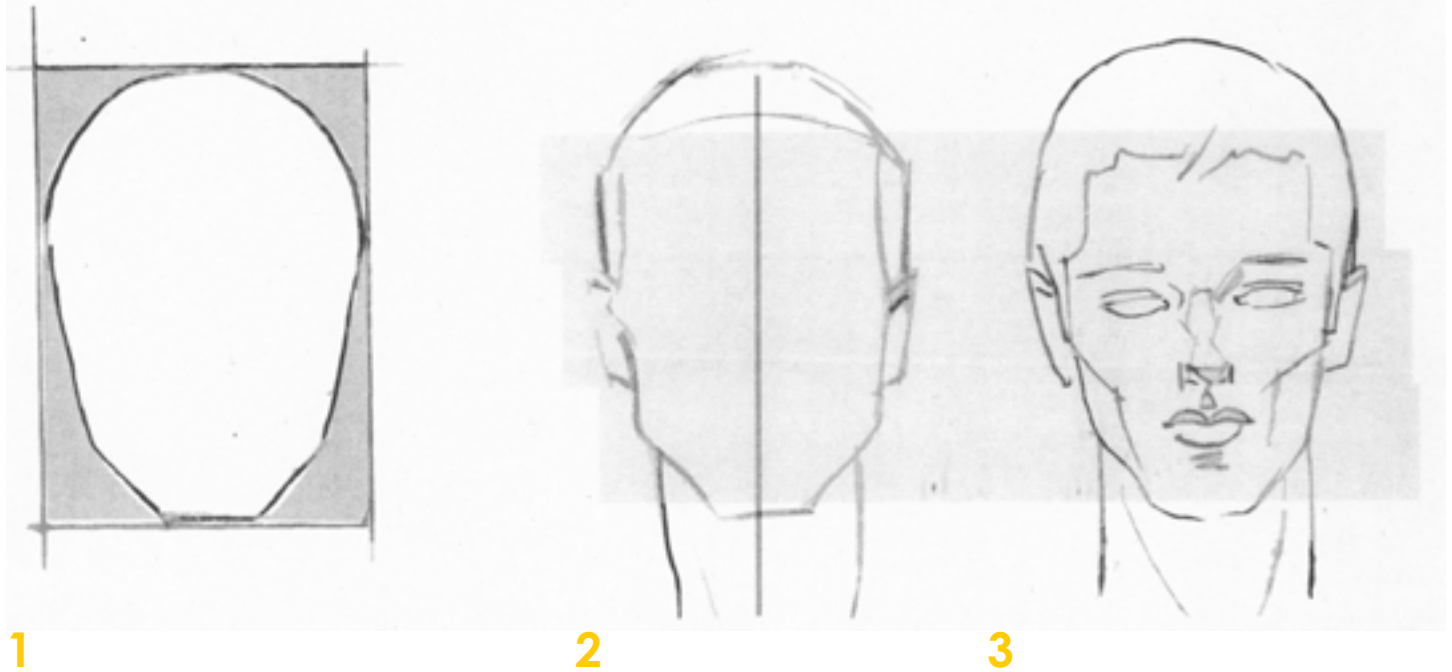
En el caso de la posición de perfil, se parte de un cuadrado, en el que se traza “huevo” invertido inscripto dentro de éste, con el extremo más estrecho situado en la esquina inferior del cuadrado. Acto seguido se bisecciona la figura oval en sentido tanto vertical como horizontal para determinar la posición de la oreja. La colocación vertical de los rasgos debe coincidir con la vista frontal. Se define la curva de la nariz, de los labios y de la barbilla para formar el contorno del perfil (esta línea se corresponde con el centro frente). Por último se trazan los rasgos faciales escorzados⁴⁸, situándolos en los puntos de referencia verticales establecidos con anterioridad en la posición frontal. Se esboza también el crecimiento del cabello. Hay que cuidar que la posición de la cabeza con relación hacia el cuello esté un proyectada ligeramente hacia adelante.

Mostrar las prendas mientras se transmite una visión editorial de éstas es el propósito principal de la ilustración de modas. El estilo y la actitud pueden alcanzarse mediante el diseño de espacios positivos y negativos. El uso de varias capas de ropa y el uso de accesorios ayudan a realzar la silueta. Entre más exagerada sea la figura, más dramático será el espacio negativo creado por ésta.

Se debe tratar en la medida de lo posible, enfatizar únicamente los elementos más importantes del atuendo. Superponer elementos que contrastan a menudo crea puntos focales inesperados. Por ejemplo, una mini falda combinada con un abrigo que roce el suelo en el mismo look.

El figurín vestido

Una vez comprendida la representación de la figura humana se procede a vestirla, a representar las prendas sobre ésta. Los problemas que surgen tienen que ver con la valoración y los pliegues de las telas de las prendas, las cuales se adaptan al cuerpo y sus volúmenes. Además, la gravedad y la perspectiva afectan la manera en que la ropa se ajusta al cuerpo. Es aquí cuando se distingue con mayor claridad el diseño y expresividad de la ropa.



1

2

3

ESQUEMA 15

Construcción de la cabeza masculina

1. Empezaremos trazando un rectángulo que tenga un formato 2:3. A continuación trazaremos en él una figura oval, algo más ancha en la parte superior y más estrecha y plana en la parte inferior.

2. Trazaremos la línea del centro frente como guía para facilitar la colocación simétrica de los rasgos. Puliremos la forma de la cara, dibujando la mandíbula más angulosa que para la cabeza femenina.

3. Esbozaremos la línea de crecimiento del cabello y los rasgos utilizando los puntos de referencia verticales establecidos.

Un trazado cuidadoso de los planos espaciales se puede utilizar para definir la estructura de una nariz más prominente.

Al ilustrar la forma del vestido deben tenerse en cuenta que los pliegues y arrugas coinciden con las zonas de flexión del cuerpo, correspondientes a axilas, rodillas o ingles, así como las partes prominentes como los senos, los codos o las rodillas. Hay que cuidar que las prendas reflejen la forma cilíndrica del cuerpo que cubren.

Asimismo, se debe tener en consideración el material con el que se viste al cuerpo, puesto que hay ciertos tejidos que permiten adivinar más fácilmente la figura que otros, como la seda o telas elásticas. Como punto de partida, se debe establecer el punto de vista o la rotación del cuerpo. Esto con la finalidad de representar de manera más realista las características de la prenda. Un ejercicio que facilita esta tarea es analizar cilíndricamente a la figura estableciendo un punto de vista. En la figura 18, se muestra el análisis cilíndrico de la figura desde distintos niveles de visión.

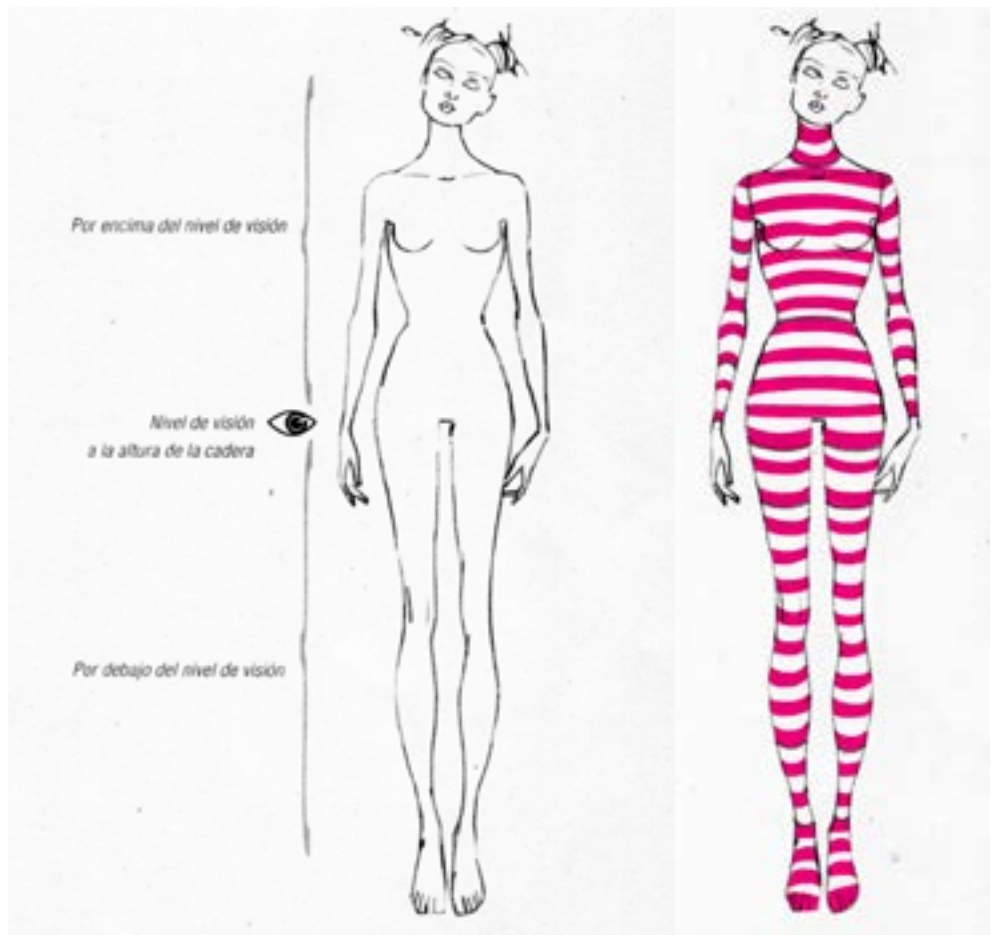
En el ESQUEMA 16, el nivel de visión está situado a la altura de las caderas, y está indicado por una línea recta. Por encima del nivel de visión las líneas se trabajan de manera convexa, delineando cuidadosamente el torso; mientras que por debajo del nivel de visión, en el área de las piernas, las líneas son cóncavas. A continuación se analizan los brazos. La parte superior de éstos retrocede en el espacio, por lo que las líneas serán cóncavas; a medida que avanzan en el espacio las líneas serán convexas.

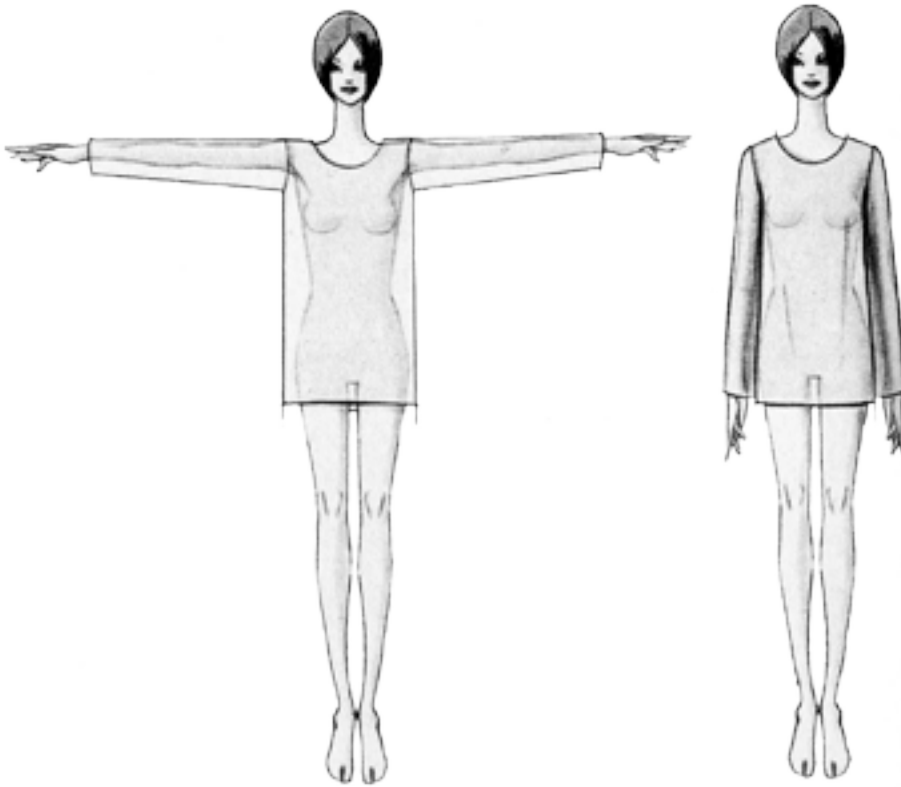
Nótese como cambian las líneas dependiendo el nivel de visión (ESQUEMA 17). Esto ayudará a visualizar la apariencia de diversas características de las prendas.

Cuando el cuerpo humano, tridimensional, se envuelve en una tela bidimensional, queda cierto espacio entre ellos. Estos espacios permiten el movimiento y crean líneas, dependen en gran medida de la forma y textura de la tela. En el ESQUEMA 18 se muestra el cuerpo a través de la prenda. Una práctica básica es visualizar la forma que está por debajo, con el fin de entender su estructura y reconstruirla como prenda. Hay que captar primeramente la estructura general, sin preocuparse demasiado por los detalles.

ESQUEMA 16
Línea de visión a nivel de la cadera

ESQUEMA 17
Análisis cilíndrico
nivel de visión a la altura de la cadera



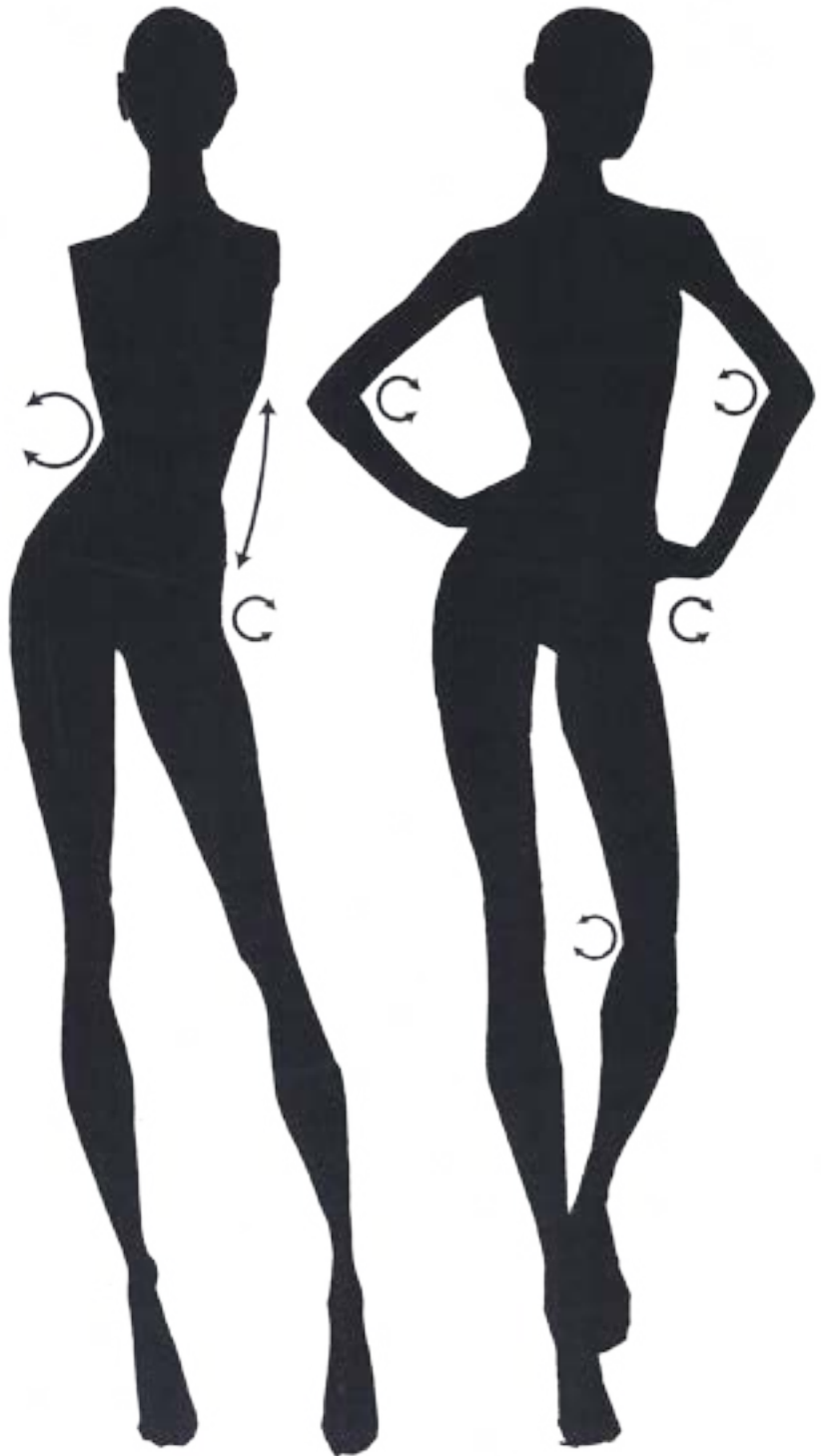


Otro aspecto a considerar, es la posición del cuerpo, que ejercerá influencia en la caída de las prendas. Por ejemplo, es la pose de contrapposto⁵⁰ la oposición entre la parte superior e inferior del torso provoca que se forme una zona de compresión en la cintura, lo que formará arrugas en la prenda. Asimismo, la expansión del torso en el lado opuesto del cuerpo, suavizará la caída de la prenda. Dado que la cadera y la pierna de apoyo se proyectan en direcciones opuestas, la tensión entre ambas provocará arrugas también. La indicación de arrugas arbitrariamente puede causar confusión visualmente, por lo que tiene que parecer que la tela se atienen a las leyes físicas de la naturaleza (ESQUEMA 19).

Actualmente el abanico de técnicas y materiales para ilustrar es muy amplio, incluso abrumador. Se aconseja entonces experimentar con distintos medios y escoger aquellos que se adapten mejor al estilo y método de trabajo personal de cada ilustrador. Lo importante es sentirse cómodo con determinado medio para lograr un trabajo de calidad, aunque experimentar continuamente con nuevos materiales logrará que la obra sea más innovadora y única. El conocimiento de los materiales de dibujo facilita la interpretación de la ilustración, mejora la caracterización, la reproducción de las texturas, los estampados de los ropajes y dota a nuestra ilustración de una energía complementaria.

A continuación se estudiará cuáles son los materiales usados

Técnicas de representación



ESQUEMA 19

Nótese cómo el movimiento del cuerpo forma zonas de compresión, expansión y tensión.

comúnmente en la ilustración de modas y las cualidades gráficas de cada una, así como las técnicas mediante las cuales se pueden representar ciertos tipos de telas.

Materiales y técnicas

Los materiales utilizados pueden ser tradicionales, digitales o una combinación de ambas. Anteriormente, los sistemas de impresión limitaban la elección de medios y técnicas en la creación de ilustra-



ciones; sin embargo, gracias al avance tecnológico, en la actualidad es posible hacer frente a cualquier medio que el artista elija.

Los medios tradicionales son aquellos que se realizan de manera análoga, es decir, sin la computadora o a mano. Pueden ser divididos en dos grandes grupos: medios secos y medios húmedos. Los primeros comprenden técnicas como el lápiz, carboncillo y pasteles, entre otros; al segundo grupo pertenecen aquellas cuyos pigmentos se encuentran diluidos en un medio acuoso o aceitoso, tales como las acuarelas, tinta china, gouache, pinturas acrílicas y óleos.

Al elegir uno u otro material es importante buscar uno que se adapte al método y estilo de trabajo propio, así como la personalidad: si es cuidadoso, metódico y perfeccionista, probablemente se sienta más cómodo con materiales artísticos precisos como el lápiz o el bolígrafo; si por el contrario su enfoque en la ilustración es más enérgico, rápido y salvaje, preferirá los carboncillos, pinturas y pasteles.

El primer material a considerar en el momento de empezar una ilustración de moda es el papel. Se le puede encontrar en una amplia gama de colores, texturas y espesores. Dependiendo del papel, será el material con el que se pueda dibujar sobre él, ya que su composición permitirá que los materiales resalten, se absorban o inclusive lo rompan al aplicarlos sobre él.

Las técnicas o medios secos son aquellos que pueden aplicarse directamente sobre el soporte sin la necesidad de algún aglutinante o medio que penetren en la superficie a utilizar. A continuación se describen tales técnicas y algunas especificaciones en cuanto a su aplicación, así como los soportes sobre los cuales pueden trabajarse y los resultados gráficos que se obtienen del uso de cada uno.

El lápiz constituye el principal medio seco para la ilustración. Funciona para realizar imágenes en blanco y negro o escala de grises.

El lápiz se puede encontrar en diversos grados, que van desde el 8H, que corresponde al lápiz más duro y crean líneas finas de color gris pálido, hasta el 8B, que por consiguiente es el más blando y crean líneas gruesas de color negro. Esta gradiente de lápices es la que permite obtener distintos tonos de grises. Los lápices de minas blandas son ideales para esbozos rápidos y los dibujos de líneas y tonos expresivos. Funcionan muy bien en papeles con texturas rugosas. Los lápices de minas duras son perfectos para los artistas que tengan un estilo de dibujo seguro, limpio y preciso.

Medios secos

En la ilustración, los lápices suelen utilizarse en las primeras fases del proyecto, y por lo general el dibujo suele realizarse casi exclusivamente con línea, donde cobra gran importancia el contorno de la figura. Usar lápices de grafito da la posibilidad de realizar tramados y reproducir estampados y texturas con gran detalle, como bordados y telas a rayas y cuadros, y telas lisas como la lana, alcanzando un alto nivel de realismo.

Este medio es básicamente lineal, dependiendo de la presión y velocidad de los trazos será la expresividad del dibujo. Para obtener la gama tonal de grises se puede frotar, sombrear, rayar, hacer puntos o trazos cortos, para lo que es de gran ayuda tener lápices de distintas durezas.

Los lápices de color son una variante del lápiz que apareció a fines del siglo XIX, permiten conseguir imágenes fuertes y limpias, así como mayor grado de detalle gracias a su sencillo manejo. A menudo se les utiliza como complemento de la acuarela, para realzar detalles y dar volumen a formas pintadas con anterioridad en colores planos.

Los lápices de colores permiten al artista colorear mientras dibuja. Se trata de un procedimiento muy adecuado para los diseños que pretendemos dar un efecto de volumen o para remarcar la calidad y los colores de las prendas. Ofrecen también, la posibilidad de elaborar una ilustración hasta un grado muy alto de detalle. No obstante, rinden sus mejores posibilidades en trabajos de pequeño y mediano formato. Gracias a la precisión de su trazo, se consigue dar un acabado muy minucioso a ilustraciones regidas por la representación realista de los tejidos, el dibujo de los pliegues, el pelaje, las sombras y los estampados.

Por su parte, el carboncillo se encuentra en barras de distintos grosores y grados de dureza. A diferencia del lápiz, las barras de carboncillo son un material delicado que se rompe fácilmente y suele ser muy sucio. Sin embargo este método es ideal para la armonización y el emborronado, puesto que crea una línea bastante fuerte. Son ideales para dibujar ilustraciones de moda monocromáticas.

Los dibujos a carboncillo están llenos de vida y ambiente y, por lo tanto, son perfectos para la ilustración de moda. Con ellos se logra una libertad creativa que no se tiene con el lápiz. Son excelentes para añadir sombras, profundidad y movimiento a las ilustraciones.

Los pasteles son otro material dentro de los medios secos y se



Laura Laine/ lápiz

Soo Kim / Lápiz de color /
2011

les considera tanto una herramienta para dibujar como para pintar. Están hechos con pigmentos en polvo, envueltos en goma o resina para evitar que se deshagan. Se venden en una gran gama de colores porque, aunque se pueden combinar, no se pueden mezclar para obtener colores nuevos.

Son efectivos para crear transiciones suaves y delicadas de tono y color, además de que permiten obtener coloraciones intensas con una apariencia aterciopelada, sin embargo, se emborronan fácilmente y es difícil hacer cambios. También son muy útiles para reseguir contornos y crear trabajos con muchos detalles y matices, así como ser usados en conjunto con otras técnicas.

Los pasteles añaden notas de color intenso a las ilustraciones, permiten trabajar a partir de trazos y manchas, así como difuminados para lograr superficies de color aterciopelado. Estos difuminados pueden combinarse con trazos o tramas de trazos lineales de gran intensidad que proporcionarán un aspecto vigoroso a nuestras ilustraciones.



Sandra Santa Lucía / gises pastel

traciones. Una ventaja de usar pasteles, es la posibilidad de cubrir con rapidez amplias zonas tonales disponiendo la barra de pastel plana sobre el papel. El pastel es ideal para representar telas aterciopeladas, dejando los extremos irregulares.

Otra técnica seca es la de pluma y tinta. Hay una amplia variedad de plumas: plumas de caña, plumillas, plumas fuente, bolígrafos y rotuladores. Cada tipo de pluma produce un trazo distinto, por lo que depende del ilustrador elegir una u otra.

Hay dos trazos básicos: líneas y puntos, a partir de ellos se pueden obtener una extensa variedad de texturas. Así, se pueden obtener dibujos solamente a línea, con sombreados, punteados y salpicados.

El dibujo a línea es la más simple y precisa de las técnicas. El contorno cumple la tarea de sugerir la forma, permite una respuesta más inmediata que es útil sobre todo cuando se requiere un dibujo más esquemático. El uso de esta técnica en la ilustración de moda es uno de los preferidos por los ilustradores, ya que permite aplicar aguadas sobre dibujos de líneas brillantes, así como tramados precisos para sugerir textura o estampados. Se pueden lograr distintos efectos dependiendo de la herramienta que se utilice para dibujar con la tinta: se pueden utilizar plumillas, pinceles o varas de bambú, con lo que se obtendrán tanto trazos espontáneos como meticulosos, en el caso de los segundos conviene esbozar un suave dibujo previo. Es posible realizar dibujos puramente lineales, dando peso a contornos y pliegues; aparte de eso, se pueden ejecutar bocetos o apuntes de modelo solamente con manchas con diferentes diso-



Jessica Durrant / pluma y tinta

luciones. En la ilustración de moda, en raras ocasiones los dibujos son completamente tonales, suelen combinarse con algunos trazos (de rotulador, lápiz o realizados con un pincel o plumilla más finos) que evitan que el figurín tenga demasiada indefinición.

En cuanto a los rotuladores, existen en amplias gamas de colores y formas de puntas, tales como punto fino, de cabeza redonda, punto grueso y forma de cuña. Ya sean permanentes o solubles en agua, están diseñados para secar rápidamente y se distinguen por su claridad en el color; además no ensucian y pueden aplicarse directamente sobre la superficie del papel.

Son una de las técnicas especialmente indicadas para proyectos de ilustración de moda y publicidad. Antes de la irrupción de las computadoras, los rotuladores eran el medio más empleado por los grafistas e interioristas para conseguir una aplicación lo más cercana posible a la imagen impresa. El acabado que ofrecen es limpio y ajustado, con contornos claros y una calidad final fácilmente reproducible. Los rotuladores que tienen alcohol como disolvente son los más utilizados por la mayoría de los ilustradores al ser la tinta de rápida evaporación y secado, lo que permite hacer veladuras y se consiguen coloreados limpios y uniformes, sin presencia de tramas. El trabajo con rotuladores es muy acertado en diseños con estampados y colores llamativos, funciona especialmente bien para representar tejidos lisos, difuminando los bordes con un pincel húmedo. Cabe mencionar que para trabajar en la ilustración y diseño de modas, la gama de rotuladores disponible debe ser amplia y completa.

Medios húmedos

Los medios húmedos comprenden a los pigmentos que son solubles con agua, alcohol, thinner o aceite para su aplicación; por lo que requieren de procedimientos específicos para su uso correcto y obtención de buenos resultados. Enseguida se describirán los medios húmedos más comúnmente utilizados para la ilustración de moda.



Green Maquillage / Lovissa Burfitt / rotuladores, tinta, lápiz de color

Entre todos los materiales disponibles el más básico y fiable para la ilustración de moda es la acuarela. Generalmente se utilizan por ser muy prácticas: para empezar a trabajar solamente se necesita un estuche de pinturas, pincel, papel y agua, además son fáciles de transportar y es ideal para añadir toques de color sutiles a ilustraciones realizadas a lápiz. Además, es una técnica que permite dar efectos atmosféricos interesantes y por la sutilidad y limpieza del color original de ésta.

Las acuarelas son pigmentos molidos finamente ligados con goma arábica que se disuelve en agua. La característica principal es su transparencia. Se les puede encontrar en pastillas secas, en forma líquida o en tubo. La técnica de la acuarela no es tan sencilla como puede parecer a simple vista. Es de suma importancia utilizar el papel correcto y pinceles de calidad, así como saber cuando un trabajo está terminado, pues si se trabaja de más es muy probable que se cometan errores difíciles de corregir.

Suelen utilizarse como un medio de coloreado y relleno de formas previamente dibujadas con lápiz, tinta china o rotulador permanente; las acuarelas raramente intervienen en el proceso de construcción del dibujo. Cuando las primeras aguadas ya han coloreado de manera general el diseño, pueden realizarse nuevas aportaciones de color que realcen algunos detalles. Esto se consigue intensificando los tonos por efecto de veladuras, superponiendo nuevas aguadas sobre otras ya secas o inclusive, utilizar algún otro material como lápiz de color o pastel. Es además la técnica ideal para representar tejidos con transparencias, como el chifón, el vual, el crespón georgette y algunos encajes, la organiza, el tul y el organdí.

Adicionalmente, la acuarela puede utilizarse para sugerir de manera sencilla y sintética las plumas y pieles sintéticas; basta con empapar el papel para acuarela y dar toques de pintura para crear líneas suaves e irregulares que representarán la delicadeza de las plumas y las pieles. Para explotar sus propiedades naturales, sólo tiene que aplicar una aguada muy fina y dejar que gotee por la figura de la ilustración, lo que le aportará un efecto de movimiento.

Por otro lado, existe el gouache o témpera, que es un tipo de

pigmento molido diluido en goma y mezclado con medio de tipo resinoso al que se le añade pigmento blanco. A diferencia de la acuarela, el gouache posee una capacidad opaca y cubriente, y la blancura proviene del pigmento agregado y no del papel. Su ventaja frente a la acuarela es que permite hacer correcciones (al poder pintar claro sobre oscuro), hacer áreas de color uniforme y su consistencia permite hacer líneas rectas precisas con un pincel.

El gouache puede ser aplicado en plastas o en lavados delgados para obtener transiciones de color sutiles, sea cual fuere la aplicación, la característica específica del gouache es la de dar contrastes fuertes de tonos y color. Este material se puede obtener en presentaciones tanto en tubo como en frasco.

El gouache es un procedimiento pictórico que en la ilustración de moda es muy popular debido a su versatilidad, asimismo, sus colores mates y fuertes lo hacen ideal para la reproducción. Es apropiado para su uso en prendas estampadas, ya que su rápido secado permite aplicar manchas con contornos nítidos y recortados, además admite un tratamiento del color muy homogéneo, apropiado para colorear diseños de estampados con colores planos, en donde apenas se aprecia rastro de la pincelada. Proporciona también colores muy vivos, ligeramente blanqueados. Gracias a su capacidad cubriente, permite retoques, lo que facilita el trabajo al ilustrador.



She wore red / Sarah Hankinson / lápiz y acuarela

Acuarela y gouache





O'Neal / gouache

El acrílico, producto de la investigación industrial, se hace a base de pigmentos suspendidos en resina sintética y se diluye con agua. Durante el período de entreguerras ya se utilizaban estas pinturas, sin embargo, no fue sino hasta la Segunda Guerra Mundial que se extendió su uso al público en general.

El acrílico seca con rapidez y forma una película sólida, flexible e impermeable. Posibilita pintar por encima sin modificar los colores que hay debajo, por lo que se pueden hacer correcciones fácilmente. Es un material muy versátil: diluido con agua adquiere muchas de las propiedades de la acuarela y mezclado con un medio acrílico se pueden hacer empastes; se puede mezclar para obtener nuevos colores, seca rápidamente, por lo que se pueden poner una capa sobre la otra con poco tiempo de diferencia, aunque si es necesario se puede utilizar un retardador para prolongar el tiempo de secado; combinado con blanco obtiene la capacidad cubriente del gouache y soporta numerosas capas de pintura sin agrietarse.

Otra característica del acrílico que lo hace tan popular entre los ilustradores es la capacidad de aplicarse sobre una amplia gama de superficies: lienzo, paneles, madera, cartón, cartulina o papel; además de superficies metálicas como el cobre o el zinc. El acrílico básicamente se adhiere a cualquier superficie que no sea brillante o aceitosa.

Perth Pippa McManus / acrílico y pintura en spray



Puede ser aplicado diluido o directamente del tubo, con la ayuda de un pincel o espátula para crear texturas densas, o diluido para aplicar veladuras a manera de acuarela. De la misma forma que el gouache, es ideal para estampados y conseguir degradados, con la ayuda de líquido retardador. También permite obtener áreas planas y gran número de efectos, como salpicados o textura si se utiliza poca pintura en el pincel, así como colores brillantes y vibrantes.

La pintura al óleo ha sido el medio más utilizado durante más de 400 años, se relaciona esta técnica más con la pintura que con la ilustración, ya que para el ilustrador presenta numerosos inconvenientes debidos principalmente al prolongado tiempo de secado.

La pintura al óleo se prepara con pigmentos mezclados con aceite de linaza o de amapola. Estos aceites se secan lentamente, por oxidación, otorgándole al color una brillantez y riqueza características.

El contenido de este aceite agrega además fluidez a la pintura. Actualmente es poco usual que se utilicen los óleos en la ilustración de moda, sin embargo, si el trabajo lo permite, se puede experimentar con su uso. La ventaja de los óleos es que pueden ser

modelados sobre el lienzo, moldear las texturas deseadas sobre la ilustración e incluso crear un efecto tridimensional si se aplica la pintura con una espátula.

Además de las técnicas análogas de dibujo, no hay que dejar de lado a las técnicas por ordenador que van ganando popularidad en la práctica de la ilustración de moda. Estos softwares⁵¹ permiten dibujar, manipular imágenes y modificar fotografías.

A diferencia de los diseñadores, los ilustradores tardaron en entrar a la era digital, debido en gran parte al alto costo de los equipos y el software especializado. Sin embargo, con el cambio de siglo, los procesos digitales se adaptaron completamente a la práctica de la ilustración. Esto ha desatado una revolución en la manera cómo se crean ilustraciones, el software especializado para el diseño y la ilustración ha simplificado sus tareas y acelerado sus procesos.

En este sentido, la computadora permite al artista explorar distintas posibilidades al permitirle guardar el trabajo en distintas etapas antes de tomar una decisión final e inclusive alterar este resultado final; imitar técnicas análogas en el tratamiento de imágenes con la ventaja de optimizar tiempos, que de manera manual tardarían horas; así como ayudar a visualizar desde un principio el texto y la imagen, pudiendo contemplar el contexto en el que ésta última se encontrará en el producto final.

Por medio de la computadora y un escáner es posible manipular imágenes obtenidas análogamente, como fotografías o dibujos, y conjuntarlas a manera de collage⁵². Asimismo, por medio de cierto software como CorelPainter⁵³ o Photoshop⁵⁴ se pueden imitar técnicas análogas y agregarlas estos collages o solucionar la ilustración desde cero en estos programas.

Dentro de la ilustración digital existen 3 estilos principales: bitmap (mapa de bits), también conocida como pintura digital, de vectores⁵⁵ o dibujo y el modelado 3D. Aun cuando los resultados pudiesen verse similares, son 3 disciplinas muy diferentes entre sí.

Un mapa de bits es una imagen compuesta por pequeños cuadrados conocidos como píxeles. Cada pixel puede ser uno de 16 millones de colores, y, para la ilustración, los píxeles generalmente son tan pequeños que en la imagen final se ven como un tono continuo y no como una red de cuadrados. El software de pintura digital le permite al ilustrador “pintar” como si lo hiciera sobre un lienzo o papel. En



Björn Borg /
Marjolein Caljouw /
Photoshop

estos programas se cuenta con un sistema de capas, estas capas actúan como si se pintara cada elemento de la ilustración sobre un vidrio y se superpusieran para obtener una imagen completa. Cada capa se puede modificar individualmente: se escalan, mueven, pintan y distorsionan independientemente de las otras. Los programas utilizados para realizar imágenes de mapas de bits incluyen Adobe Photoshop, Corel Painter y Corel Photo Paint⁵⁶.

Los programas de ilustración mediante vectores utilizan un lenguaje de gráficos matemático para definir formas individuales. Estos softwares permiten dibujar formas básicas como rectángulos, elipses y polígonos, así como curvas regulares, conocidas como curvas Bézier⁵⁷, lo que permiten al ilustrador crear cualquier forma imaginable. En estas aplicaciones de dibujo, cada elemento es objeto separado, como si se trabajara con numerosas piezas de papel, que se pueden



Bree Leman / vectores

Jason Brooks / vectores

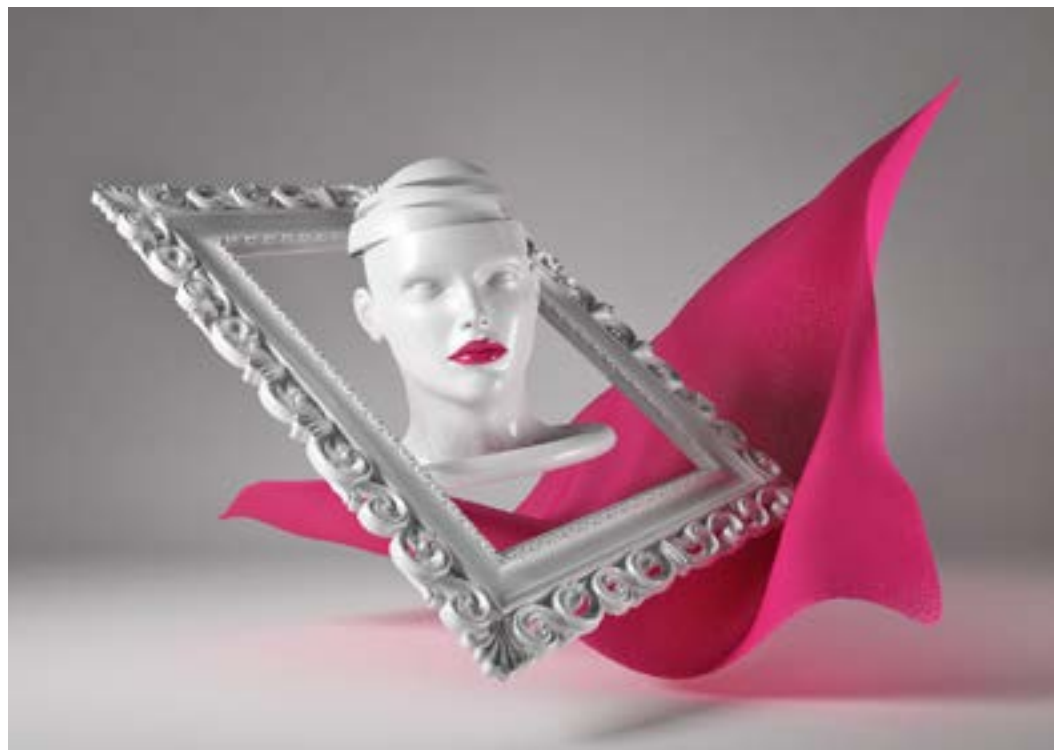
escalar o colorear a voluntad. Por ejemplo, si se dibujara una máquina, cada elemento – la máquina, palancas, botones, números o letras en los botones, y así consecutivamente – sería independiente de los otros. La ventaja que ofrecen los vectores frente a los mapas de bits, radica en que al manipular los objetos no se tiene pérdida de calidad. Adobe Illustrator⁵⁸, FreeHand MX⁵⁹ y Canvas⁶⁰ son algunas de las aplicaciones más populares de dibujo con vectores.

El modelado 3D es una actividad completamente distinta de las dos anteriores, que implican dibujar o pintar sobre un lienzo. En la mayoría de las aplicaciones 3D los objetos se crean a partir de extruir contornos bidimensionales en 3 ejes: x, y o z. Se trabajan objetos “sólidos” dentro de un ambiente virtual tridimensional, como vidrio, madera, metal, etc. o una etiqueta que envuelva al objeto en el caso de ilustrar un empaque, así como iluminación determinada



Benjamin Simon/ ilustración
3D / 2012

Combinación de modelado 3D y Photoshop /
Michael Osterman



de distintas fuentes, ya sea natural o artificial, que agregue brillos y sombreado. Es un proceso laborioso, sin embargo el modelo una vez terminado puede servir a diversos propósitos, ofreciendo la posibilidad de observar el objeto desde distintos ángulos e inclusive animarlo. El paso final del modelado 3D es la renderización, en donde se combinan en una imagen o video todos los elementos.

Este paso suele ser largo dependiendo de la complejidad de los modelos involucrados. Generalmente, el resultado final son imágenes de gran realismo que sería casi imposible realizar con otro método. El modelado 3D se puede trabajar en diversos programas, desde Bryce⁶¹ y Poser⁶², hasta los más sofisticados como LightWave⁶³ y Maya⁶⁴.

Para los ilustradores de moda de hoy en día, la computadora es su principal medio de expresión, y la mayoría de ellos trabajan exclusivamente en este medio. El trabajo por computadora puede ser un gran complemento que nos ayudará a finalizar proyectos con mayor pulcritud y exactitud. Los dibujos realizados a mano pueden escanearse y con la ayuda del software adecuado, modificar o colorear de nuevo las zonas ya pintadas, así como colorear con tejidos reales. Por medio de la computadora podemos realizar ilustraciones con interesantes efectos de estampado y textura, difíciles de conseguir manualmente.

En el caso concreto de Adobe Photoshop, esta es perfecta para crear efectos suaves y de pintura, por otro lado, ofrece la posibilidad de elaborar ilustraciones de moda a partir de un buen número de

puntos de partida, ya que las imágenes se pueden extraer e importar de distintas fuentes.

No hay que olvidar que se pueden mezclar técnicas y materiales, así como agregar algunos no tradicionalmente propios del dibujo, como recortes, telas, entre otros. Uno de ellos es el hilo para bordar a mano, que se puede encontrar en una gran variedad de colores y que agrega creatividad a la ilustración.

Entre otros materiales útiles al ilustrador de modas se encuentra la caja de luz o calcadora, ya que facilita el calco de fotografías o recortes de revistas. Sobre la caja de luz se coloca la imagen a calcar, encima de esto se coloca el papel en el que se va a calcar la figura, gracias a esta herramienta el trazado es mucho más sencillo. En caso de no tener una caja luminosa, se puede utilizar una ventana para el mismo fin.

Ahora bien, representar las características de una tela de forma precisa aporta autenticidad a toda ilustración de moda. Para tal fin resulta útil observar las distintas telas y examinar el modo en que se adaptan al cuerpo y qué caída tienen. De igual forma, el empleo de ciertos materiales puede ayudar a simular ciertos tejidos. Se debe tener siempre en cuenta que, a pesar de que las ilustraciones sean muy creativas y con un estilo muy personal, el objetivo del trabajo siempre consiste en hacer llegar al público una prenda o un conjunto. La representación de la tela de las prendas debe desempeñar un papel importante en las obras.

No obstante, no existe una manera determinada de representar la amplia gama de telas y texturas, por lo que lo recomendable es experimentar a representarlos con distintos materiales hasta hallar el mejor modo de hacerlo. Con esto, se puede construir una biblioteca de técnicas de representación que será de mucha ayuda a la hora de crear ilustraciones de moda.



Izziyana Suhaimi /
Ilustración para Catalog #87
/ 2011



Stephen Campbell

No sólo en la moda, sino en todas las áreas del diseño, el color⁶⁵ tiene una importancia vital: el juego de la persuasión y la seducción está directamente relacionado con el color, ya que nos produce las impresiones más deprisa y con más intensidad que la forma. El conocimiento del color, su clasificación, cómo se complementan entre sí según su posición en el círculo cromático y su significación ayudará a elegir la gama cromática más acertada para comunicar de manera efectiva el concepto detrás de una colección y crear una ilustración de moda llamativa.

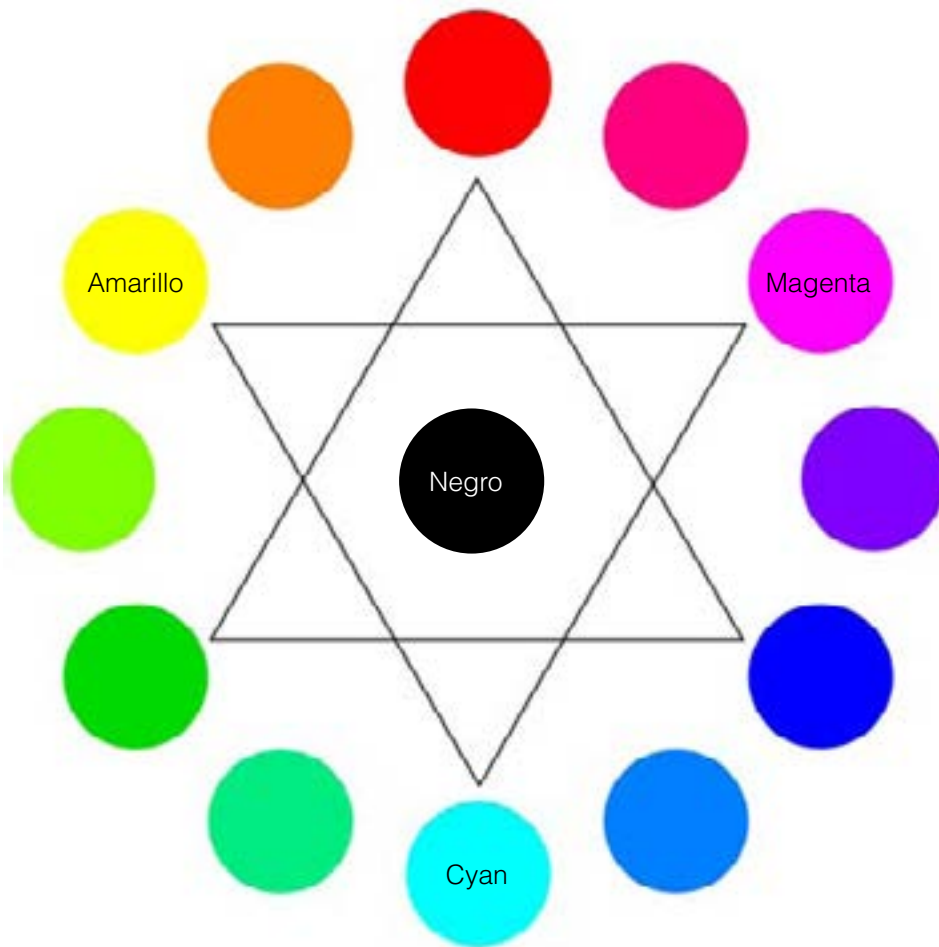
Color

Con el fin de comprender mejor el color, es imprescindible conocer los atributos fundamentales del color: tono, brillo y saturación. Tono es la característica que distingue un color de otro y permite la división en rojo, naranja, amarillo, verde, azul, morado, etc. El brillo o valor, denota la cantidad de luz y sombra que contiene un color y determina si es claro u oscuro; los colores más claros (tono + blanco = matiz claro) tienen un brillo más alto, los más oscuros (tono + negro = matiz oscuro) tienen un valor más bajo. La saturación o intensidad, denota la intensidad y fuerza de los colores, desde gris y turbio a vivo y puro. Cuando mezclamos pinturas, la intensidad de un tono se puede reducir añadiéndole al complementario del color. Los tonos neutros tienen un nivel de intensidad bajo.

Ahora bien, existen distintos sistemas para organizar los colores. RYB, sistema que ha caído en desuso, clasifica pigmentos, como la pintura; CMYK, acrónimo de cian, magenta, amarillo (yellow) y un color clave o key, que corresponde al negro puro, las tintas que se utilizan para obtener colores impresos; RGB, (rojo, verde y azul por sus siglas en inglés) clasifica los colores como luz. Los sistemas de colores sustractivos, como el RYB y CMYK, clasifican los colores que se obtienen mezclando pigmentos y tintas. Los sistemas de colores aditivos, como el RGB, los clasifican como luz, como en los monitores de computadora.

El círculo cromático es una versión simplificada del espectro de luz refractado⁶⁶. Incluye 12 tonos, clasificados en grupos de colores primarios, secundarios y terciarios. Los colores primarios son aquellos que no se pueden obtener a partir de la mezcla de otros colores. Esto significa que los primarios fundamentales son totalmente autónomos y no tienen semejanza cromática con ningún otro color. Hay autores que mencionan que los tres colores primarios corresponden al rojo, amarillo y azul, mientras que otros sostienen que son el magenta, amarillo y cian. Esto depende del sistema de color utilizado: rojo, amarillo y azul corresponden al sistema RYB, y magenta, amarillo y cian al CMY; sin embargo, el sistema RYB ha caído en desuso debido a su imprecisión, así el modelo CMYK es la corrección al modelo RYB y el utilizado en la actualidad en la mayoría de las artes gráficas.

Los colores secundarios, según el sistema CMYK, son el rojo, verde y azul, que surgen de la mezcla de dos colores primarios. Al mezclar magenta y amarillo se obtiene rojo; al mezclar amarillo y cian se consigue verde; al mezclar magenta y cian se obtiene azul. Por último, los colores terciarios son los obtenidos de mezclar un color primario con su secundario contiguo del círculo cromático.



Sistema de color CMYK

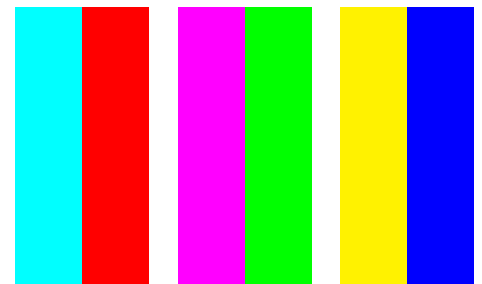
Todos los colores, primarios, secundarios y terciarios, se encuentran a una distancia equidistante entre sí en el círculo cromático.

Los colores opuestos del círculo cromático son contrarios entre ellos y reciben el nombre de colores complementarios. Los contrarios constan de un color primario y de un secundario. Las parejas de contrarios son el magenta y el verde, el cian y el rojo, el amarillo y el azul. Si se colocan uno al lado de otro, lucen más brillantes.

Si se mezclan colores complementarios, se obtiene un tono grisáceo y neutro. Para oscurecer un color, es mejor añadirle su complementario y no añadirle negro, pues enturbia el color.

Ahora bien, ¿cómo utilizar el color? Hay diversas formas de combinar colores, pero siempre deben considerarse las relaciones entre ellos. Cada nuevo toque de color que se agrega al conjunto, altera la relación entre los ya existentes.

Comencemos por las gamas cromáticas. Entre los colores primarios y secundarios pueden suceder diversas mezclas. Los nuevos colores harán crecer en variedad y extensión la rueda cromática dando lugar a las gamas, agrupaciones de colores por semejanza o proximidad



Parejas de colores complementarios

Uso de esquemas
cromáticos:
Adyacentes y complementarios.



cromática. Tener en cuenta las gamas es importante para limitar los colores que intervienen en una colección y asegurarse de que todos los elementos de color combinan de manera ordenada. Una gama limitada garantiza la armonía natural en una ilustración. Como regla general, se deben utilizar gamas no superiores a los 8 colores para evitar el abuso de cromatismos. Además, cuantos más colores se incluyen en una gama, más difícil resulta utilizarla.

Una manera de armonizar es utilizar un esquema cromático análogo, es decir, varios colores adyacentes de una rueda cromática. Un amplio uso de colores análogos puede abarcar tres o cuatro matices adyacentes con diferentes grados de luminosidad. Por el contrario, si se pretende subrayar o realzar la forma de un vestido hay que elegir dos colores muy alejados en el círculo cromático o su complementario. Resulta muy efectivo crear formas contrastando colores cálidos y fríos⁶⁶, claros y oscuros, complementarios y saturados. Se consigue un fuerte contraste entre distintas capas de ropa.

Otros aspectos a considerar en la utilización del color son sus significados psicológico y simbólico, así como las tendencias de cada temporada. El significado simbólico y psicológico del color varían según las costumbres en diferentes partes del mundo. Por ejemplo, en el hemisferio occidental el blanco simboliza la pureza y por ello lo



Tendencia de color para Primavera y Otoño 2014

llevan las novias en las ceremonias de boda. En China, en cambio, se considera color de luto y se lleva en los funerales. El rojo, que se asocia con un comportamiento atrevido en Occidente, es el color preferido para los vestidos de novia en la India. Es por eso que es importante saber para quien se está ilustrando y bajo qué contexto será utilizada la pieza, para transmitir el concepto y significado determinados.

Por otro lado, en el mundo de la moda las paletas de color que se utilizan para las prendas cambian de temporada en temporada. Estas están determinadas en gran medida por los cambios estacionales y el clima. Al respecto no hay normas fijas, sin embargo, los colores claros suelen ser utilizados en climas y estaciones más cálidas, ya que estos colores repelen la luz del sol y transmiten la sensación de frescura; mientras que para las colecciones de otoño e invierno se opta por tonos cálidos y alegres, u oscuros que ayudan a retener el calor corporal. Un cierto número de colores están de moda durante la estación y luego pasan de moda. Las gamas de color cambian cada temporada, excepto el blanco y el negro, que podríamos calificar como intemporales.

La edad y el género también ayudan a determinar la paleta de color, por ejemplo, en niños y bebés los colores son específicos del género (rosa para las niñas, azul para niños), y los infantes suelen llevar colores más vivos y llamativos que los adultos. También debemos prestar atención al evento o actividad en la que se usara la prenda. De igual forma, los diseñadores de moda trabajan con ciertos colores



Acento de color
David Downton

para las prendas superiores e inferiores (algunos colores no son favorecedores al rostro, por ejemplo).

Cuando los diseñadores elaboran una colección nueva son conscientes de los colores que se han previsto para esa temporada. No obstante, el ilustrador es completamente libre de elegir la paleta de colores que desee para sus trabajos. Se recomienda saber manejar bien el color antes de prestar demasiada atención al color de la temporada. Se puede experimentar con el color y utilizarlo de manera valiente e inesperada, si no se añade color a una ilustración por miedo a estropear una figura perfectamente dibujada, se estará autolimitando. Solamente hay que tener en cuenta al público a quien va dirigida la ilustración y lo que se quiere realzar en la pieza. Limitar la paleta de color y utilizar un acento de color de forma adecuada es un buen método de controlar la percepción del observador.

El color puede ayudar a la lectura visual de la ilustración, guiando la mirada del observador por toda la ilustración. Por ejemplo, en una ilustración de un hombre que lleve un traje negro y como com-

plementos un cinturón, un sombrero y zapatos rojos, el rojo será el color que guíe la mirada del observador por todo el conjunto sin restarle importancia al traje negro predominante.

.....

Como hemos visto, la ilustración de moda ha ido de la mano de la evolución de la moda misma. Se relaciona estrechamente con el contexto histórico y social en el que se concibe. De igual manera, el propósito u objetivo de la ilustración de moda ha cambiado a lo largo del tiempo, en un principio cumplía una función editorial, de comentario visual, función que, como se ha analizado, pasó a cumplir una función publicitaria, de persuasión; en la que el objetivo primordial es el de seducir y vender una actitud y un estilo de vida mediante la presentación y promoción de colecciones y marcas.

Al respecto, la ilustración de moda tiene ciertas especificaciones puntuales que es importante tener en cuenta, ya que apuntan a comunicar un mensaje concreto. La representación y estilización de la figura humana, la pose, vestir la figura, el uso de materiales diversos, el uso del color, todos estos elementos forman parte de un conjunto que permiten comunicar dicho mensaje y que tienen mucho que ver con el ánimo, la personalidad, expresiones, edad, género y estilo del público a quien van dirigidas.

Los materiales utilizados pueden ayudar a reforzar dicho mensaje, ya que facilitan la interpretación de la ilustración, mejorar la caracterización, la reproducción de texturas, estampados y agregar una energía complementaria. Así, en este capítulo se hizo una revisión breve de los materiales empleados comúnmente en la ilustración de moda; que en cuanto a su uso nada está establecido: se pueden utilizar y combinar los medios que el ilustrador prefiera, sin perder de vista el objetivo principal, y siempre con apertura a la experimentación; lo que se verá reflejado en mejores resultados visuales.

CAPÍTULO 3. ILUSTRACIÓN ANIMADA

CAPÍTULO 3.

ILUSTRACIÓN

ANIMADA

PRINCIPIOS DE LA ILUSTRACIÓN ANIMADA

A lo largo de la historia, la fascinación por el movimiento ha sido motor de nuevas y fascinantes formas de presentar contenidos que de otra forma serían aburridos y carentes de vida. Una de esas formas, materializada en los libros pop-up, posibilitan al usuario para interactuar con las imágenes, ya sea mediante dobleces en el papel que hacen salir a la ilustración del libro en una figura tridimensional, o con mecanismos accionados por palancas que movían a los dibujos.

Actualmente, gracias al avance de la tecnología, el movimiento en las ilustraciones se ha hecho posible. La ilustración animada es un producto multimedia que surge de la experimentación realizada por los ilustradores y animadores de todo el mundo en el que se conjugan elementos de una y otra disciplina. Podría decirse que es un paso intermedio entre la ilustración y la animación, que consiste de la convivencia de imagen estática y movimiento en una sola imagen y que se logra animando uno o varios elementos dentro de una ilustración.

Estos productos son creados por y para el medio digital, ya que solamente pueden existir y ser apreciadas en él. Gracias a la coexistencia de múltiples medios es que pueden ser concebidas estas ilustraciones con movimiento, cosa que los medios impresos, por ejemplo, no permiten. Además, debido al auge de publicaciones electrónicas es que surge la necesidad de incluir gráficos cada vez más atractivos, que complementen de manera novedosa los textos.

Este tipo de imágenes, pueden ser encontradas por toda la web, principalmente como ejercicios de experimentación de variados autores de todo el mundo, en numerosa cantidad de técnicas y estilos; y que cada vez más se incluyen en productos editoriales en línea como una manera fresca, seductora y lúdica de presentar contenidos visuales que complementan a los escritos.

A continuación, haremos una concisa revisión de las características de estas ilustraciones animadas.



Tomando como referencia la observación de numerosos ejemplos de ilustraciones animadas publicadas en su mayoría en blogs⁶⁸ y revistas digitales⁶⁹, podemos definir las características que comparten la mayoría de éstas.

CARACTERÍSTICAS

Primeramente, son imágenes basadas en el formato GIF animado⁷⁰, que hace posible crear imágenes con movimiento. Al carecer de sonido o interactividad, su característica de multimedia radica en que en ellas conviven la imagen estática y el movimiento. Más adelante se ahondará en el formato GIF animado, y el por qué la utilización de éste.

En la ilustración animada a menudo se presenta una acción o momento de pocos segundos de duración que se repite infinitamente. Esto se debe en gran medida al formato GIF animado utilizado, que no posibilita la interactividad, así que la animación contenida en la ilustración deberá comenzar sin la intervención del usuario. Esto se soluciona al comenzar automáticamente y no terminar nunca, gracias a que el formato GIF permite incluir loops⁷¹ infinitos.

A diferencia de una animación, en la ilustración animada el movimiento funciona como una herramienta narrativa que llena los huecos que los dibujos fijos no pueden cubrir, ayudando a contar historias de manera efectiva. Funciona como un complemento dentro de la ilustración más que como una forma de comunicación en sí. Además, no posee una estructura narrativa definida, es decir, planteamiento o inicio, desarrollo y desenlace, como lo es en el caso de la mayoría de las animaciones. Sino que es un solo momento o acción que aparenta estar congelado en el tiempo y prolongado al infinito.

La mayoría de estas ilustraciones son realizadas en técnicas digitales, pues facilitan la animación al dibujar por separado



los elementos en capas, que funcionan como acetatos uno sobre otro, y animarlos mediante software en el ordenador. No obstante, las hay también realizadas mediante técnicas de ilustración tradicional; que una vez terminadas son escaneadas o fotografiadas y animadas en el ordenador. Tal es el caso de las ilustraciones animadas que Tara Dougans realizó en 2012 reinterpretando ropa masculina de alta costura⁷². En ambos casos se requiere de una planeación minuciosa, de manera que desde un principio se dibujen por separado los elementos a animar para posteriormente incluirlos todos en un conjunto.

Cabe mencionar que estos GIF's animados, siguen cumpliendo las funciones de una ilustración⁷³, por lo que se les considera como tales, aún cuando contienen movimiento. Una gran parte de los ejemplos funcionan como comentario visual apoyando textos, en otros casos sirven como objeto promocional para publicitar.

ASPECTOS TÉCNICOS

El GIF animado es el formato utilizado para las ilustraciones animadas. Pero, ¿qué es el GIF animado? Y ¿por qué este formato y no otro?

El formato GIF fue introducido por CompuServe en 1987 como una manera de proporcionar imágenes en color en la Web. En ese entonces permitía descargar más rápido archivos de imagen grandes. En 1989, CompuServe lanzó una versión mejorada del formato GIF, los GIF89a, que soporta múltiples imágenes en un solo archivo junto con bloques de extensión, que permiten producir una imagen animada. Adicionalmente, soportan los ciclos, es decir, la capacidad de repetir varias imágenes en forma indefinida⁷⁴.

El formato GIF tiene una paleta de 8 bits, que permite un máximo de 256 colores. Este límite es por cuadro. Cada imagen puede tener su propia paleta gracias a los bloques de extensión entre cada fotograma. Sin embargo, es mucho más conveniente para imágenes con color homogéneo que con imágenes complejas con muchos colores o texturas complejas. Cuantos menos colores tiene una imagen, mejor funciona el esquema de compresión utilizado por GIF⁷⁵.



Cabe mencionar que cuantos más colores se incluyen en la paleta, aumentará el tamaño de archivo por lo que tardará más tiempo en descargarse y en consecuencia puede cansar al usuario, quien simplemente no se detendrá a verlo.

Además permite definir un color como transparente. Esta propiedad no es selectiva, lo que significa que si se asigna la transparencia a un color, todos los puntos en la imagen que posean este color se convertirán en transparentes. Otros problemas que pueden surgir con las transparencias es si se ha aplicado un suavizado a los bordes de la imagen, aparecerán como un halo alrededor de los límites de las formas.

En lo concerniente al tamaño, es importante recordar que cuanto más grande sea la imagen, más será el tiempo que tome para cargar. Es por eso que hay tamaños estandarizados para los banners de publicidad en formato GIF animado, que permiten visualizarlos más rápidamente. Sin embargo, para las ilustraciones animadas no hay tamaños establecidos, por lo que entre 500 a 600 x 400 píxeles son más que adecuados para la web.

En general, la duración de un GIF animado no va más allá de unos cuantos segundos; sin embargo, debido a la repetición infinita que la mayoría de estos tiene, la duración podría prolongarse para siempre. Esto depende del tiempo que el usuario se detenga a observarlo, o se encuentre dentro del campo visual de éste.

Ahora bien, ¿por qué la utilización de este formato frente a otros más sofisticados o nuevos?

A diferencia de por ejemplo el formato Flash o de un video convencional, el formato GIF no requiere plug-ins adicionales, programación o una conexión web en vivo. Son fáciles de crear, e incluir en el código HTML⁷⁶, y no representan un esfuerzo para que los vea la audiencia web. Su única carencia es que no pueden incluir interactividad o sonido⁷⁷.

Además, permiten al artista experimentación digital, así como com-



Secuencia de cuadros de un GIF animado

No Country for Slow-
broadband / NY Times /
Stephen Vuillemin / 2013



partirlo con miles de usuarios de la web. Crearlos es relativamente sencillo, y puede usarse software de diseño e ilustración básico, como Photoshop o Illustrator.

La creación de ilustraciones animadas supone una planeación previa, en la que se establezca en primer lugar la composición total de la ilustración con todos sus elementos, así como la técnica a utilizar. Debe considerarse así mismo, cuáles de los elementos serán los que se animaran, y para tal fin es conveniente elegir una acción susceptible de repetirse infinitamente, que no posea un principio y un fin, sino un movimiento que va y viene; como por ejemplo, el movimiento de un columpio, el caer de la lluvia o vaivén de las olas en el mar. Puede elegirse animar un elemento secundario dentro de la ilustración, como un ventilador o una lámpara que enciende y se apaga; o un protagonista, haciéndolo brincar la cuerda o nadar infinitamente. Puede ser un movimiento muy sencillo, lo importante es tener bien definida la acción para entonces proceder a detallar el movimiento.

Una vez hecho esto, hay que estudiar dicho movimiento y elegir momentos clave de éste que permitan una animación fluida, con un buen tiempo, de manera que ésta no sea demasiado lenta o extremadamente rápida, y provoque que el usuario pase de largo a nuestra ilustración animada. Realizados los dibujos de movimientos clave, se trazan intermedios entre estos para conseguir la animación fluida. Finalmente se termina la ilustración mediante técnicas de representación análogas o digitales, según sea el caso, cuidando que entre un dibujo y otro no haya demasiadas variaciones, evitando así movimiento no deseado que pueda distraer.



The Last Bastions of
Outlaw Radio /Wired
Magazine /
Santu Mustonen

Por último, se unen todos los elementos en el ordenador, en el software de preferencia del ilustrador, para así poder generar el producto GIF animado final. Existe en la web software tanto gratuito, como GIMP⁷⁸ u Online-Image-Editor.com⁷⁹, como de pago (Adobe Premiere Pro⁸⁰, Easy Gif Animator⁸¹) que permiten crear gifs animados de manera sencilla, también puede armarse el producto final de manera simple en Adobe Photoshop, acerca de lo cual existen numerosos tutoriales en línea. Uno de ellos, alojado en eHow.com, explica de manera breve y concisa cómo hacer un gif animado en Photoshop, guiando paso a paso este proceso⁸².

Las animaciones ilustradas son un concepto bastante nuevo, por lo que su uso dentro de publicaciones electrónicas aún no se populariza. Aún así, existen ejemplos de éstas incluidos en versiones para la web de publicaciones como el New York Times o Wired Magazine UK.

Para el New York Times, Otto⁸³, un ilustrador freelance que actualmente radica en Nueva York, realizó una ilustración animada acerca de “los magnates de los medios que protegen sus intereses financieros”. Fue incluida en el Sunday Review de la versión electrónica de la prestigiosa publicación, en el artículo de opinión “In Turkey, Media Bosses are Undermining Democracy”⁸⁴.

También para el New York Times, Sunday Review, en el artículo “No country for slow broadband”⁸⁵, del autor Richard Bennet, se incluyó una ilustración animada de Stephen Vuillemin⁸⁶.

ANTECEDENTES Y REFERENCIAS



How to make electric Play-Doh / Wired Magazine UK / Kelsey Heinrichs

Stephen ha elevado el arte del GIF animado por producir un trabajo específico para ese formato y, posteriormente, ha sido encargado por los directores de arte para crear GIFs animados para ilustrar las publicaciones en línea. Cuando las mismas ilustraciones se incluyen en versiones impresas estáticas del GIF, el trabajo de Stephen desploma el paradigma: la versión impresa es la versión modificada, adaptada, e incluso inferior en comparación con la versión animada en línea sólo porque carece del movimiento⁸⁷.

Santu Mustonen⁸⁸ también realizó una ilustración animada para el New York Times, que aparece en la versión electrónica del artículo “January Is the Cruellest Month”, escrito por Neil Shubin y publicado el 25 de enero de 2013⁸⁹.

Por otra parte, Wired Magazine en sus versiones electrónicas, tanto del Reino Unido como de Estados Unidos, ha incursionado en el empleo de ilustraciones animadas. Un ejemplo de esto, es la ilustración realizada por Mustonen para el artículo “The Last Bastions of Outlaw Radio”⁹⁰, acerca de las estaciones de radio piratas, para la edición estadounidense electrónica de la revista.

Asimismo, Kelsey Heinrichs⁹¹, ilustrador en el Reino Unido, realizó varias ilustraciones animadas para Wired Magazine UK en su edición digital. Una de ellas para el artículo “How to make electric Play-Doh”, sobre cómo introducir a los niños en la electrónica de manera lúdica⁹². Otra de sus ilustraciones puede ser vista en el artículo “How To Make Friends with Anyone in 5 Minutes”, publicado el 7 de marzo de 2013 por Leila Johnston⁹³.

Ambas ilustraciones pueden ser vistas en la página del autor.

Ahora bien, el resto de los ejemplos de ilustraciones animadas son el resultado de la experimentación de diversos autores. Generalmente se realizan de manera libre, sin estar sujetas a un texto o publicación y nacen de la inquietud de dar un extra a las ilustraciones tradicionales mediante la animación.

Un buen ejemplo de la ilustración animada y el futuro del uso de ésta, es el web-cómic titulado Thunderpaw: in the ashes of fire mountain, de la artista Jen Lee⁹⁴. Es una historia sobre los mejores amigos Bruno y Ollie que se encuentran perdidos. A medida que tratan de sobrevivir y buscar casa juntos, el mundo alrededor de ellos sigue desmoronándose⁹⁵. Este es un proyecto totalmente digital animado en su totalidad con Adobe Photoshop, en el que cada viñeta contiene elementos estáticos, animación y texto.



Gabriel Pichardo



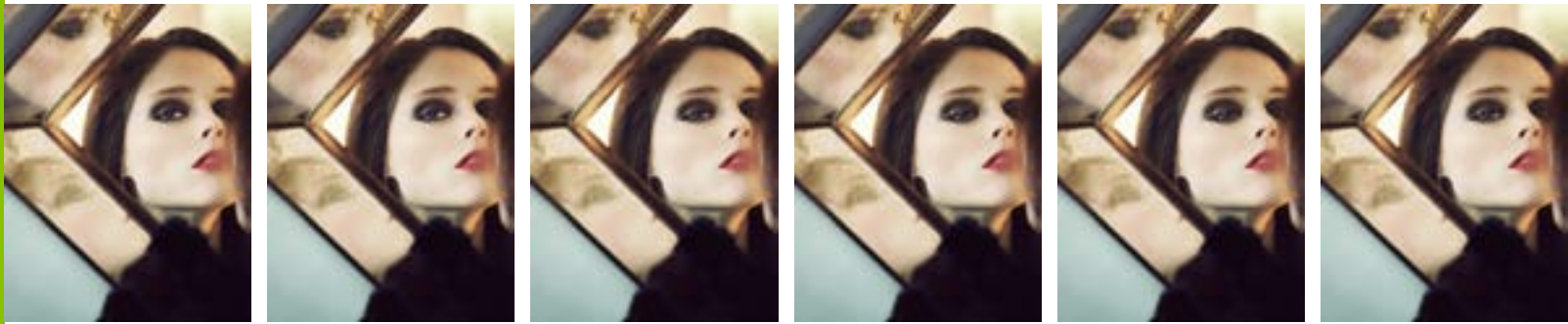
Gabriel Orozco

Por otra parte, en México este movimiento ha empezado a dar sus primeros pasos. Los artistas cada vez se interesan más por realizar ilustraciones con movimiento. Un ejemplo de esto es el trabajo de Gabriel Pichardo, que forma parte del despacho Diseño Porfavor. Es originario del Distrito Federal, Figuras llenas de elementos pero con un toque bastante específico que remonta al estilo del mexicano sin caer en clichés. Gabriel es una de las primeras referencias al hablar del gif aplicado a la ilustración⁹⁶.

Otro ejemplo, son las ilustraciones de Gabriel Orozco, también de Diseño Porfavor, quien es también una referencia no sólo de ilustración mexicana sino de la animación de ésta. Sus ilustraciones están retacadas de colores sin estar saturadas. De alguna manera tiene un estilo un poco espiritual que remonta a las culturas prehispánicas sin dejarse llevar demasiado por los elementos de éstas. Sus ilustraciones en sí, son como un viaje a algún escenario místico, además el hecho de que estén animadas las hacen no sólo parte del viaje sino el mejor todo incluido en este “recorrido visual”.



Thunderpaw: In the ashes of Fire Mountain / Jen Lee



Secuencia de cinemagraph

Kevin Burg y Jamie Beck, modelo Coco Rocha, 2009

En este ejemplo de cinemagraph se puede ver a la modelo frente a un espejo mirando hacia el espectador a través de éste. En cierto momento dirige la mirada al espejo y la devuelve nuevamente al espectador.

En el caso concreto de la moda, el GIF animado ha tomado importancia con la aparición de lo denominados “cinemagraphs”, término acuñado por Kevin Burg y Jamie Beck durante la cobertura del NYFW de 2009. Ellos lo definen como “una imagen que captura en ella un momento en el tiempo que permite apreciarlo, experimentarlo y preservarlo infinitamente”⁹⁷.

A propósito del NYFW, realizaron varios GIF’s animados de las pasarelas, “tras bambalinas” y las modelos, así como otros dedicados a la editorial de moda protagonizados por la supermodelo Coco Rocha. No obstante, en los cinemagraphs se conjuga video y fotografía. Un ejemplo de ilustración de moda animada es el trabajo de Tara Dougans.

Tara Dougans es una directora de arte e ilustradora con sede en Ámsterdam, cuyo trabajo se caracteriza por explorar la intersección de la artesanía y la tecnología, la estática y el movimiento. Es pionera de la ‘editorial animada’ ilustrada, y ha colaborado con innovadores digitales como SHOWstudio y NOWNESS.com para crear una nueva toma en el tradicional formato GIF: la creación de trabajo muy detallado con un toque de animación sutil⁹⁸.

Tiene series de ilustraciones animadas, correspondientes a los años 2012 y 2013. Sus ilustraciones son reinterpretaciones de ropa de alta costura de diversos diseñadores de renombre. Su trabajo incluye un detalle minucioso en la representación de las prendas, y es combinado con animación tanto sutil como estridente.

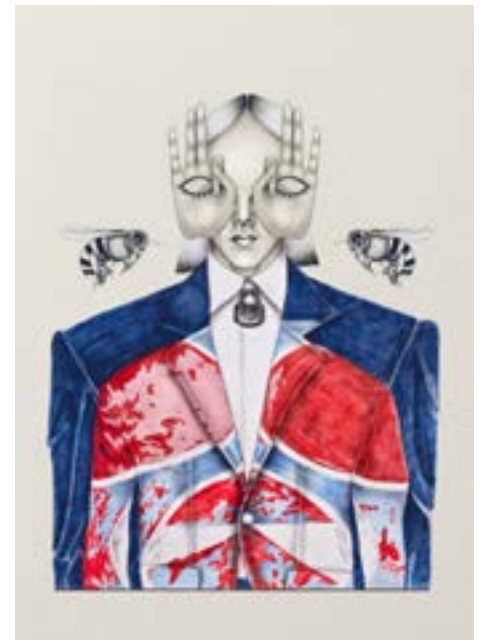




Secuencia de ilustración de moda animada
Tara Dougans / 2012

En esta secuencia se observa que el sujeto se encuentra de frente al espectador con el rostro cubierto por dos manos con ojos dibujados sobre ellas que no son las suyas. A cada lado de su rostro hay una abeja.

En cierto punto la mano del lado izquierdo se mueve para descubrir que debajo de ella, en el lugar de los ojos del sujeto, hay un enjambre de abejas.



Como podemos apreciar mediante estos ejemplos, la ilustración que contiene animación es una tendencia creciente tanto entre los artistas como entre las publicaciones. Aún se encuentra en una fase experimental, por lo que sus características no se encuentran completamente definidas. Sin embargo, poco a poco la ilustración animada se inserta en los medios de comunicación digitales, no solo como molestas publicidades, si no como una manera de comunicar distintos contenidos y como elementos visuales atractivos. Gracias a la sencillez con la que se crea, las ilustraciones en GIF animado suma artistas interesados en explorar esta modalidad y compartirlos por toda la web. Ya veremos cómo evoluciona esta tendencia y si se consolida como una técnica contemporánea más. Una vez sentadas las bases teóricas de la ilustración, la ilustración de modas en concreto, y de lo que se propone como ilustración animada, se procederá a llevar estos conocimientos a la práctica mediante la realización de ilustraciones que reúnan las características mencionadas en capítulos anteriores.

Así, a lo largo de este último capítulo se expondrá el proceso de pre-producción, producción y post-producción de las ilustraciones animadas de fashion en cuestión; comenzando por la elección del tema a ilustrar, ya que dentro de la ilustración de modas hay una amplia variedad de prendas, estilos, diseñadores, colecciones, usuarios, etc., que pueden ser motivo de ser ilustrados. Se desarrollarán además los procesos creativo y productivo de la ilustración, así como el de la animación dentro y en conjunto con la ilustración final.

CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE ILUSTRACIÓN DE MODAS ANIMADA

CAPÍTULO 4.

PROPUESTA DE

ILUSTRACIÓN DE

MODAS ANIMADA

La ilustración animada en la moda aún no se ha popularizado, salvo ejemplos concretos como el de Tara Dougans, la fotografía continúa persistiendo como el recurso visual publicitario por excelencia de la moda. Sin embargo, la ilustración animada puede ayudar a la ilustración en general a continuar vigente en esta industria que se encuentra en constante cambio y busca estar a la vanguardia. Considero importante el empatar el uso de la ilustración animada con diseñadores de moda o colecciones cuyo enfoque sea fresco, joven, divertido y atrevido, para que el uso de esta modalidad luzca y sea aprovechada con todas sus características.

La pre-producción, como su nombre lo indica, implica procesos de planeación, elección y toma de decisiones iniciales previos a la producción. En el caso de la ilustración, comprende la fase de conceptualización, investigación, búsqueda de referencias, plasmar primeras ideas y bocetar. Antes de comenzar a ilustrar es necesario llevar a cabo este primer paso, de lo contrario se estará trabajando con base en la nada.

En este proyecto en concreto, el primer paso fue el de elegir un tema a ilustrar. Del amplio universo de la industria de la moda era indispensable reducirlo a una sola cuestión. Así, se optó por el de ilustrar prendas pertenecientes a una colección contemporánea. Dentro de las opciones se prefirió utilizar una correspondiente al año corriente; que tuviera un enfoque joven, particular, divertido.



PRE- PRODUCCIÓN

La colección elegida es de Kenzo, temporada otoño-invierno 2013. La casa de moda de Kenzo inició en 1970 como una pequeña boutique en París, en donde el fundador Kenzo Takada vendió su colección de prendas femeninas hechas a mano. En 1976 se inauguró la primera tienda bajo el nombre de Kenzo, con lo que la marca se expandió por completo a una casa de moda. Más tarde, en 1983, debutó la primera colección masculina de la marca, y en 1987 las colecciones para niños y el hogar, seguidas por las fragancias Kenzo en 1988. En 1993, Kenzo se une al Grupo LVMH⁹⁹, y en 1999, en el marco del 30 aniversario de la marca, se retira el Director Artístico, Kenzo Takada. En julio de 2011, Carol Lim y Humberto Leon, fueron nombrados Directores Creativos de Kenzo; con lo que el dúo da a Kenzo su visión sobre el espíritu revolucionario en el que la marca fue fundada. En 2012 Humberto y Carol reintroducen la jungla a Kenzo. Hoy, con la pasión por la espontaneidad y la diversión del dúo, Kenzo tiene una actitud fresca respetando la herencia de la marca¹⁰⁰.

La colección otoño-invierno 2013 está inspirada en los antiguos templos de Asia cerca de India, Nepal y China. Se retomaron elementos mitológicos presentes en lo alto de los templos, entre los cuales destaca el Ojo con rayos de luz como protector en todas las direcciones de Norte, Sur, Este y Oeste.

Durante la revisión de tejidos procedentes de la antigua mercería de Kenzo Takada, se encontraron con montones de cintas multicolores tejidas e imaginaron la reconstrucción de los maravillosos templos utilizando telas opulentas, ricas y multicolores de jacquard dorado y lamé impreso.

La colección está conformada por piezas como vestidos en cruz envueltos en motivos y faldas envueltas con gráficos, bombers de mangas ranglan y abrigos con mangas anchas que proponen una silueta que recuerda a los guerreros asiáticos antiguos; chaquetas y abrigos con textura de serpiente y ladrillo, pantalones de mezclilla entallados e impresos que exudan femineidad, chaquetas que ofrecen un hombro pronunciado; camisetas cuadradas en Jacquard dorado que dan la impresión de una delicada armadura; suéteres tejidos e impresos continúan el motivo del ojo y proponen una yuxtaposición entre el lujo y lo casual¹⁰¹.

Dentro de la colección el motivo del Ojo inspira una mini colección. Se le encuentra en chaquetas, pantalones, faldas, camisas, abrigos, zapatos y accesorios. Kenzo le ha dado a este motivo de inspiración un giro asiático: el ojo protege a quien lo porta, así como en los templos de India, Nepal y China. Es usado como amuleto de

Colección otoño-invierno 2013 por Kenzo

Kenzo Takada





buena suerte, y aún cuando sus poderes mágicos para alejar la mala fortuna no pueden ser probados, el motivo del ojo hace una declaración positiva y optimista. Evoca sueños, magia y deseos de experimentar al mundo más allá de los confines de la realidad. Basado en esto, Kenzo lanza una serie de imágenes inspiradas en la campaña, en conjunto con Toilet Paper¹⁰². Algunas de ellas, en formato gif animado.

Así, la mini-colección titulada The Eye, es la elegida para este proyecto de entre las colecciones disponibles y a la venta de Kenzo. Puesto que Kenzo es una marca que va a la vanguardia, busca nuevas maneras de llegar a un público joven y a la moda; con lo que la ilustración animada podría ser una forma más para alcanzar ese objetivo.

Kenzo Otoño-Invierno 2013

Una vez elegida la colección se procedió a bocetar. Como primer paso, había que considerar los conceptos eje de la marca y la colección, para en base a estos ilustrar. Kenzo y su colección se caracterizan por ser un tanto extraños, pero *cool*¹⁰³, divertidos y espontáneos, además del misticismo que encierran las referencias asiáticas sobre las que se creó la colección. Además de esto, era importante definir el estilo de las ilustraciones, así como el canon de proporción del cuerpo a utilizar y las prendas concretas a ilustrar.

Dentro de esta fase se dibujaron numerosos estilos de ilustración, esto con la finalidad de encontrar uno propio, que reflejara tanto el espíritu jovial de la marca como la personalidad de la ilustradora. Fue una búsqueda que llevó varias semanas, encontrar un estilo personal no es cosa fácil, pues conlleva introspección y planteamiento de objetivos. En este proceso, se experimentó con el canon de proporción, utilizando finalmente uno de 8 cabezas.

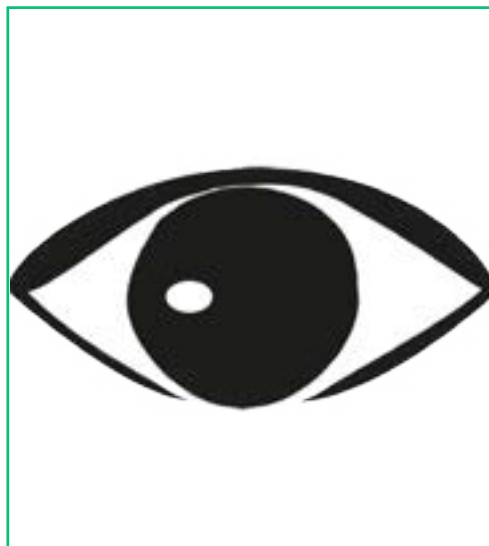


Kenzo Otoño-Invierno
2013 / The Eye

Campaña de Toilet Paper
para Kenzo



Kenzo Otoño-Invierno 2013 / The Eye / GIF's animados



Bocetaje y storyboard

A continuación se procedió a bocetar poses y prendas en conjunto. La serie de ilustraciones constó de 6 imágenes, en las que se escogieron 6 prendas que inspiraron el movimiento en cada ilustración. En cada imagen era importante tener en consideración la animación que posteriormente se agregaría. Así que esta fase de bocetaje tomó más tiempo del normal, puesto que desde este momento había que conceptualizar cada una de las animaciones. Como se menciona en el capítulo 3, la ilustración animada se caracteriza por representar una acción que sea susceptible de repetirse infinitamente, por lo que se limita la elección de movimientos.

Sin embargo, el conceptualizar desde este momento la parte animada de la ilustración permite agilizar la siguiente fase del proceso: el storyboard¹⁰⁴.

A continuación se anexa una tabla en la que se expone la relación de ilustraciones y animación a realizar en cada una (TABLA 1).

Luego, se realizan pruebas de color. En este caso se definió una gama cromática para cada una de las ilustraciones. Dichas gamas



cromáticas se definieron tomando como referencia la publicidad realizada por Toilet Paper para Kenzo de esta colección, la cual contenía colores brillantes y contrastantes con las prendas que en su mayoría eran monocromáticas (TABLA 2).

Terminada la fase de planeación se puede continuar con la producción de las ilustraciones.



En este proyecto en concreto, antes de comenzar a realizar las ilustraciones finales se debe establecer qué elementos serían dibujados por separado para permitir realizar la animación posteriormente. También se eligió una técnica de entre el amplio repertorio de estas: la acuarela. Esto como parte del estilo personal desarrollado, ya que permite trabajarla parecido a como se trabaja en la computadora: definiendo zonas, aplicando veladuras y tonos oscuros sobre los claros que permiten realizar sombreado, así como el efecto del agua sobre el papel y el de la textura del mismo, pero sin la precisión mecánica y fría de una técnica digital.

PRODUCCIÓN

Ilustración

Proceso de bocetaje



TABLA 1.

Boceto 1



Encuadre:

Plano americano

Animación:

Ojos de la modelo se mueven a derecha e izquierda, seguidos por los del fondo y el abrigo.

Boceto 2



Encuadre:

Plano medio

Animación:

Cuando ella parpadea, al mismo tiempo parpadea el gráfico en su sudadera.

Boceto 3



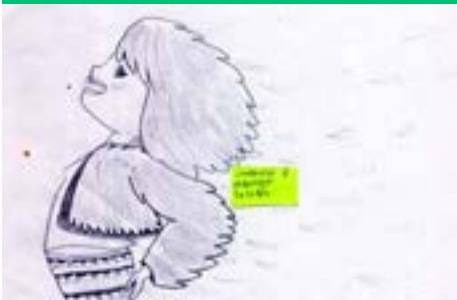
Encuadre:

Plano medio

Animación:

La modelo se encuentra sentada, en su camisa "hormiguea" el patrón de ojos. En dado momento uno de los ojos camina sobre su cuello hasta su rostro hacia su boca y la modelo lo come.

Boceto 4



Encuadre:

Plano medio

Animación:

La modelo se encuentra de frente al viento, lo que provoca que tanto su cabello como la piel en la que está confeccionado su abrigo, se desprendan de ella. Simulación de un Diente de León.

Boceto 5



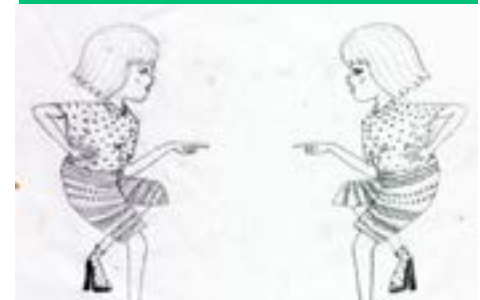
Encuadre:

Primer plano

Animación:

1. La modelo está vestida con una sudadera negra lisa con ambas manos en los costados de su rostro.
2. La modelo cubre sus ojos con sus manos, provocando que la luz se apague y aparezca sobre su sudadera negra, el patrón de ojos.

Boceto 6



Encuadre:

Plano entero

Animación:

Las chicas se miran frente a frente, acercando cada vez más sus dedos índices. Al tocarse, su piel y camisa adquieren un color azul pálido y un patrón de ojos pequeños.

TABLA 2. Color

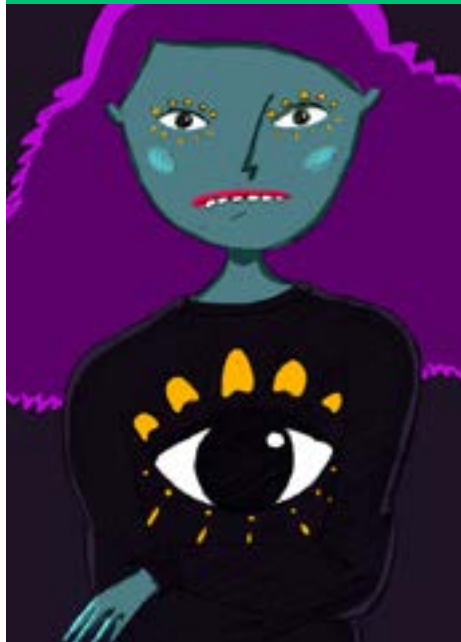
Boceto 1



Esquema de color:

Alto contraste blanco y negro en prendas, complementarios cian, azul y rojo en modelo y fondo.

Boceto 2



Esquema de color:

Adyacentes cian y morado. Acentos en dorado.

Boceto 3



Esquema de color:

Complementarios cian y rojo. Camisa en gris.

Boceto 4



Esquema de color:

Adyacentes magenta, morado y cian.

Boceto 5



Esquema de color:

Alto contraste en blanco, negro y amarillo, con detalles en dorado.

Boceto 6



Esquema de color:

Complementarios amarillo y azul.



División de ilustración 1 en partes: Modelo, ojo, pupila.

En la ilustración 1, por ejemplo, se dibujó a la modelo con el abrigo y los pantalones en un cuadro, en otro se dibujó un ojo separado en pupila y párpados.

La ilustración 2 por su parte, requirió dibujar los ojos por separado, en varios cuadros, correspondientes a cada uno de los pasos para obtener un parpadeo fluido. En total se realizaron 5 dibujos para el ojo en la sudadera, y 5 para los ojos de la modelo.

la ilustración número 3 fue replanteada. La pose de la modelo fue modificada tomando como referencia el video promocional de Kenzo para la colección The Eye, titulado "Eye Beam". En dicho video se observa a modelos hacer movimientos de danza tradicional hindú. También se modificó el color de fondo y parte de la animación. Realizado esto, se dividió la ilustración en 3 partes: el cuerpo de la modelo, la boca de ésta, y un ojo, que en post-producción sería repetido y animado.

División de ilustración 2 en partes: Modelo, ojos y ojo de sudadera



En el caso de la ilustración 4 se modificó la pose de la modelo en base al video antes mencionado. Una vez replanteado el boceto, se dividió la imagen en 3 partes: una para la cabeza, otra para las manos en posición, y finalmente el abrigo, que se animó digitalmente.

La ilustración 5 constaba de dos partes principales: el momento en que la modelo está en la luz y el momento en que está en la oscuridad. Con estas dos divisiones principales se dibujaron dos fondos, uno iluminado, otro oscuro con el patrón de ojos, y cuatro brazos, dos correspondientes al momento de luz y dos al de oscuridad. Era importante mantener la posición y tamaños constantes de ambos momentos para que al momento de animar no se obtuviera movimiento no planeado.

Finalmente, para la ilustración 6 se dibujó únicamente una modelo en la cual se utilizaron 3 dibujos distintos: uno correspondiente al cuerpo de la modelo, otro para la animación del brazo, realizada en 4 pasos, y finalmente un fondo con el patrón de ojos para el estampado de la camisa y la piel. En post-producción se modificó este último para obtener el efecto deseado.



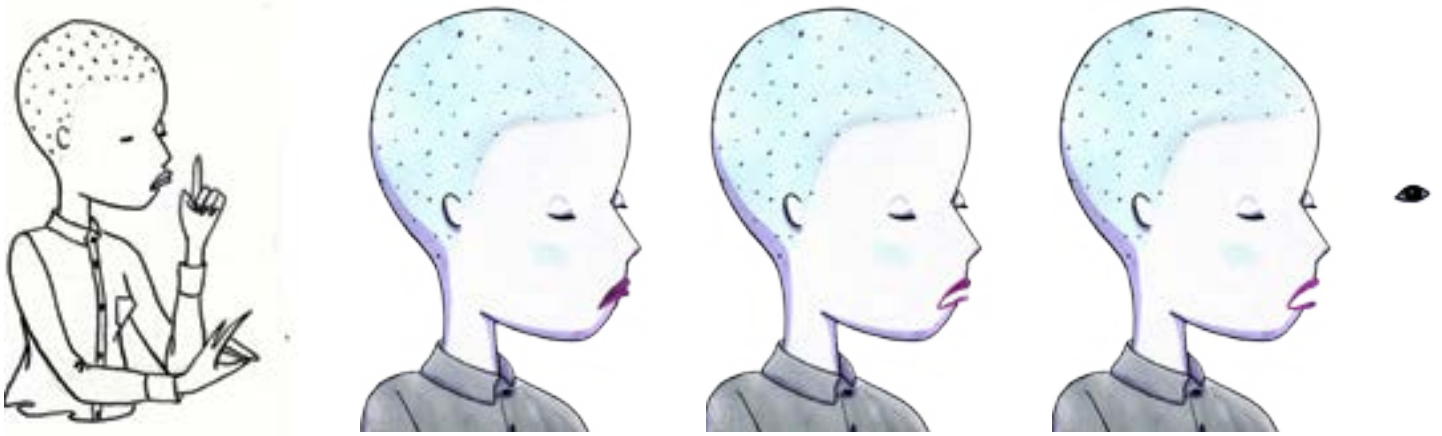


Ilustración 3 replanteada. División en partes: Modelo, movimiento de boca en 3 tres pasos, ojo.



Ilustración 4 replanteada. División en partes: cabeza y manos



Ilustración 5. División en partes: modelo y brazos en momento de luz, y modelo y brazos en momento de oscuridad

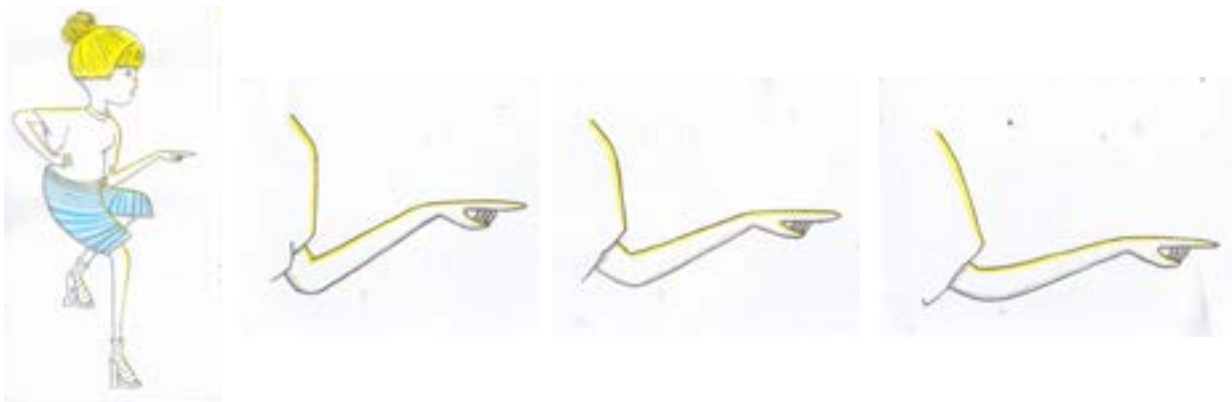


Ilustración 6. División en partes: Modelo, movimiento de brazo en 3 pasos

Ahora bien, a partir de estas divisiones se dibujaron sobre papel fabriano de mediano gramaje, esto con la finalidad de poder calcar con la ayuda de una mesa de luz aquellos elementos que requirieran de varios pasos para ser animados, y ayudar con esto a que dichos dibujos coincidieran. Se les aplicó color con acuarela, obteniendo textura en las ilustraciones. Algunos detalles como labios o uñas se hicieron con acrílico dorado. En el caso concreto de la ilustración 5, en el momento de oscuridad, se dibujó sobre papel negro con acrílico blanco.

Una vez terminado el proceso de ilustración, se escaneó todo el material con la ayuda de un escáner de cama plana, a color, en 300 dpi de resolución, y se organizó en carpetas en la computadora, facilitando así su edición y uso.



POST- PRODUCCIÓN

En esta fase se procede a retocar las imágenes escaneadas, recortarlas y prepararlas para “armar” la composición final en la computadora. Al tenerlas divididas en partes, es como armar un rompecabezas: pieza 1 al fondo, pieza 2 en medio, pieza 3 al frente, etc.

Antes de empezar a animar hay que organizar cada uno de los pasos, en cada paso se coloca cierta pieza y desaparece otra. Por eso es importante tener todo en orden para no confundir un paso o pieza con otro y dificultar el proceso, ya que de no ser así se perderá tiempo valioso y se ganará estrés innecesario.

También se debe definir el tamaño de la composición, que en este caso estará dado en píxeles, así como el software a utilizar. Por ejemplo, la mayoría de las ilustraciones de este proyecto podían ser sencillamente animadas en Adobe Photoshop, puesto que la animación a realizar no era algo extremadamente complicado y se podía realizar solamente intercambiando piezas. En otras, fue necesario utilizar software que posibilitara la animación digital.

Animación

El proceso de animación se llevó a cabo en dos softwares: las ilustraciones 2, 5 y 6 en Adobe Photoshop CS3, y 1, 3 y 4 en Adobe Flash CS4.

Adobe Photoshop CS3 tiene la opción de realizar sencillos gifs animados, ya sea a partir de un fragmento de un archivo de video o mediante imágenes individuales, mientras que Flash CS4 permite animar digitalmente y exportar el archivo como un gif animado. En ambos casos es conveniente determinar el tamaño de la

composición final dada en píxeles. En Photoshop un tamaño de documento con demasiados píxeles puede alentar los procesos del software e inclusive provocar que deje de funcionar. En Flash no ocurre lo mismo, sin embargo, el cambiar posteriormente el tamaño del documento puede ocasionar que la animación ya terminada cambie y haya que escalar uno por uno los elementos de los que se compone. Para este proyecto se utilizó un formato rectangular de 600 x 800 píxeles.

Otro ajuste a realizar desde el principio es el modo de color, por ser archivos pensados para ser vistos en pantalla siempre deben estar en modo de color RGB.

Para las ilustraciones realizadas en Photoshop, a las imágenes ya retocadas se les recortó de manera que no tuvieran fondo, puesto que el fondo de cada imagen interfiere en la vista de las capas o imágenes debajo de ella. Esto se logra convirtiendo a capa la imagen, y eliminando con el borrador lo que no debe estar. El fondo de color se agregaría más tarde digitalmente en dicho software. Una vez hecho esto se colocan todas las piezas dentro del mismo documento, una en cada capa, nombrándolas para evitar confusiones. Por poner un ejemplo sencillo, en la ilustración número 2, se tiene una primera capa correspondiente al fondo de color de la ilustración, una segunda capa con la primera pieza (la modelo), y dos grupos de capas, uno para la sudadera y otro para el rostro. En dichos grupos están agrupados los 5 dibujos realizados para el movimiento del ojo, cada dibujo en una capa. Hay adicionalmente dos capas con trazos que funcionan como “parches” que ayudan a ocultar cualquier error no deseado en la ilustración (CAPTURA 1).

Ahora bien, el proceso de animación en Photoshop es muy sencillo. Una vez que ya se tienen todos los pasos indispensables para el movimiento, organizados y numerados en el orden en que deberán aparecer (ver ejemplo en CAPTURA 2), se abre el menú de animación. Este se puede encontrar en el menú Ventana de la parte superior, bajo el nombre de Animación. Esta acción desplegará un nuevo menú en la ventana de Photoshop, en la que aparecerá un cuadro inicial con la composición que se encuentra en el espacio de trabajo en el momento (CAPTURA 3). Como puede observarse en la figura 13, en el panel de capas, aquellas capas con ícono de ojo son las que están a la vista y por tanto constituyen el primer cuadro de animación. Para realizar el segundo cuadro, en el menú de animación seleccionamos el ícono Duplicar cuadro de animación, con lo que se agregará un cuadro idéntico al anterior en la línea de tiempo (CAPTURA 4). Para modificarlo simplemente ocultamos las capas que no queremos que sigan a la vista y seleccionamos las que




CAPTURA 1.
Composición por capas

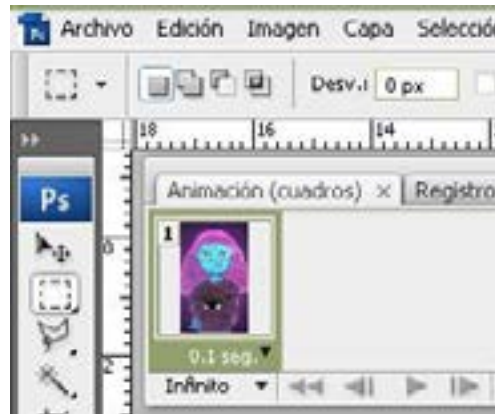
CAPTURA 2. Orden de capas



corresponden a este segundo cuadro de animación (CAPTURA 5).

Este proceso lo repetiremos hasta conseguir los cuadros deseados. No obstante, en este ejemplo solamente hemos completado la mitad de la animación total. Los ojos se cierran, pero también deben volver a abrirse. Podemos agregar cuadros y repetir el proceso anterior de ocultar capas y hacer visibles otras, ahora en orden inverso; o copiar los cuadros ya hechos arrastrándolos hacia el ícono de Duplicar cuadro de animación, y en la pestaña superior derecha del menú Animación, desplegar el sub-menú y seleccionar la opción de Invertir cuadros (CAPTION 6). Con esto agilizaremos el proceso de animación.

Por último se puede dar click en el botón de Reproducir  para visualizar la animación. Photoshop asigna un tiempo de retardo entre cuadro y cuadro por default, si este tiempo no es el deseado se puede cambiar dando click en la pestaña ubicada en la parte inferior del cuadro de animación y asignarle un nuevo tiempo de

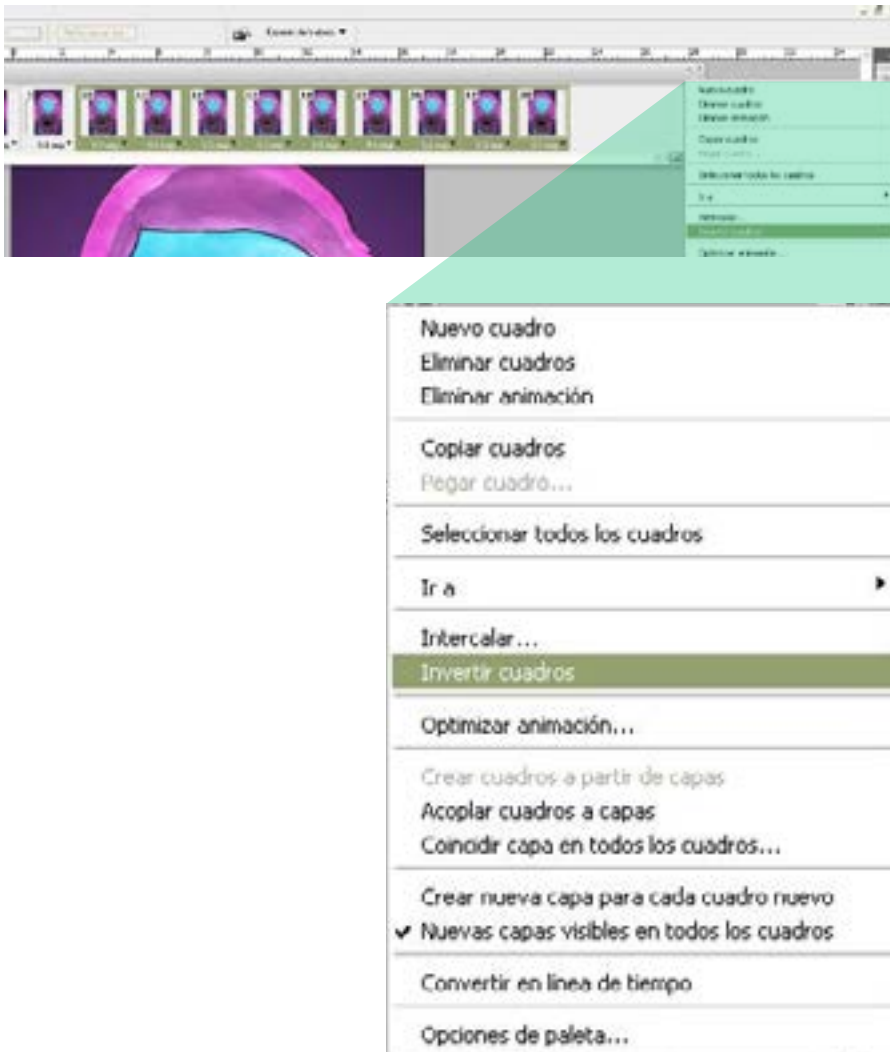


CAPTURA 3.
Menú Animación



CAPTURA 4.
Adición de cuadro a la línea de tiempo

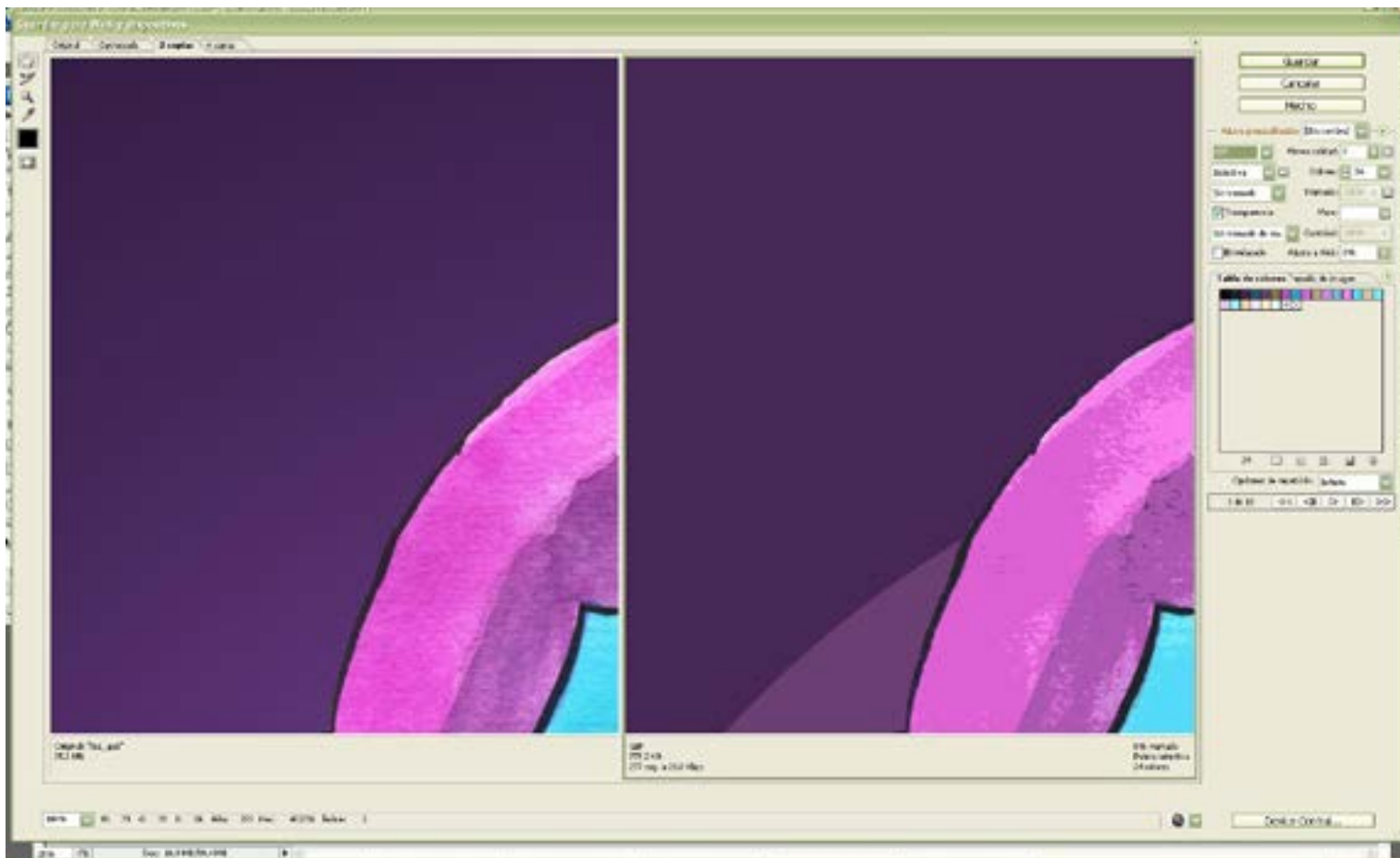
CAPTURA 5.
Capas ocultas y visibles en un cuadro de animación



CAPTURA 6.
Cuadros de animación seleccionados y sub-menú.
Opción *Invertir cuadros* seleccionada

retardo, ya sea uno de los sugeridos en la lista u otro designado por el usuario.

Al terminar de perfeccionar la animación de manera que quede como está planeada, se exporta como gif animado. En el menú Archivo se selecciona la opción “Guardar para Web y dispositivos...”, se desplegará una ventana con opciones para exportar la imagen (CAPTURA 7).



CAPTURA 7. Ventana *Guardar para Web y Dispositivos...*

En esta ventana el primer ajuste a realizar es seleccionar el tipo de imagen al cual queremos exportar, en este caso, GIF (CAPTURA 8); el segundo ajuste es la cantidad de colores, que pueden ir desde 2 hasta 256. En la misma ventana se puede visualizar la imagen original contra la resultante de cambiar cualquier ajuste (CAPTURA 9). Seleccionamos 256, para obtener una imagen lo más apegada posible a la original. Hay que tener en cuenta que entre mayor sea la cantidad de colores contenidas en el GIF animado, mayor será el tamaño en bytes de éste. Para poder conservar la mayor cantidad de colores sin tener un GIF animado demasiado pesado, se puede modificar el tamaño en pixeles del mismo en la pestaña Tamaño de imagen, localizada a un costado de la pestaña Tabla de colores (CAPTURA10). En opciones de repetición es importante seleccionar Infinito, esto para permitir que el GIF animado se reproduzca precisamente, de manera infinita. Se puede seleccionar otra opción en la que solamente se reproduzca un número determinado de veces (CAPTURA11). Ahora solamente resta dar click en Guardar, seleccionar la carpeta dentro del ordenador en donde se guardará el GIF animado y está terminado.

Es recomendable guardar también el archivo original de Photoshop para poder editar el GIF animado en caso de que no se esté del todo satisfecho con el resultado.



CAPTURA 8.
Tipo de imagen para exportar



CAPTURA 9.
Vista preliminar de archivo original e imagen resultante



CAPTURA 10.
Pestaña
Tamaño de imagen

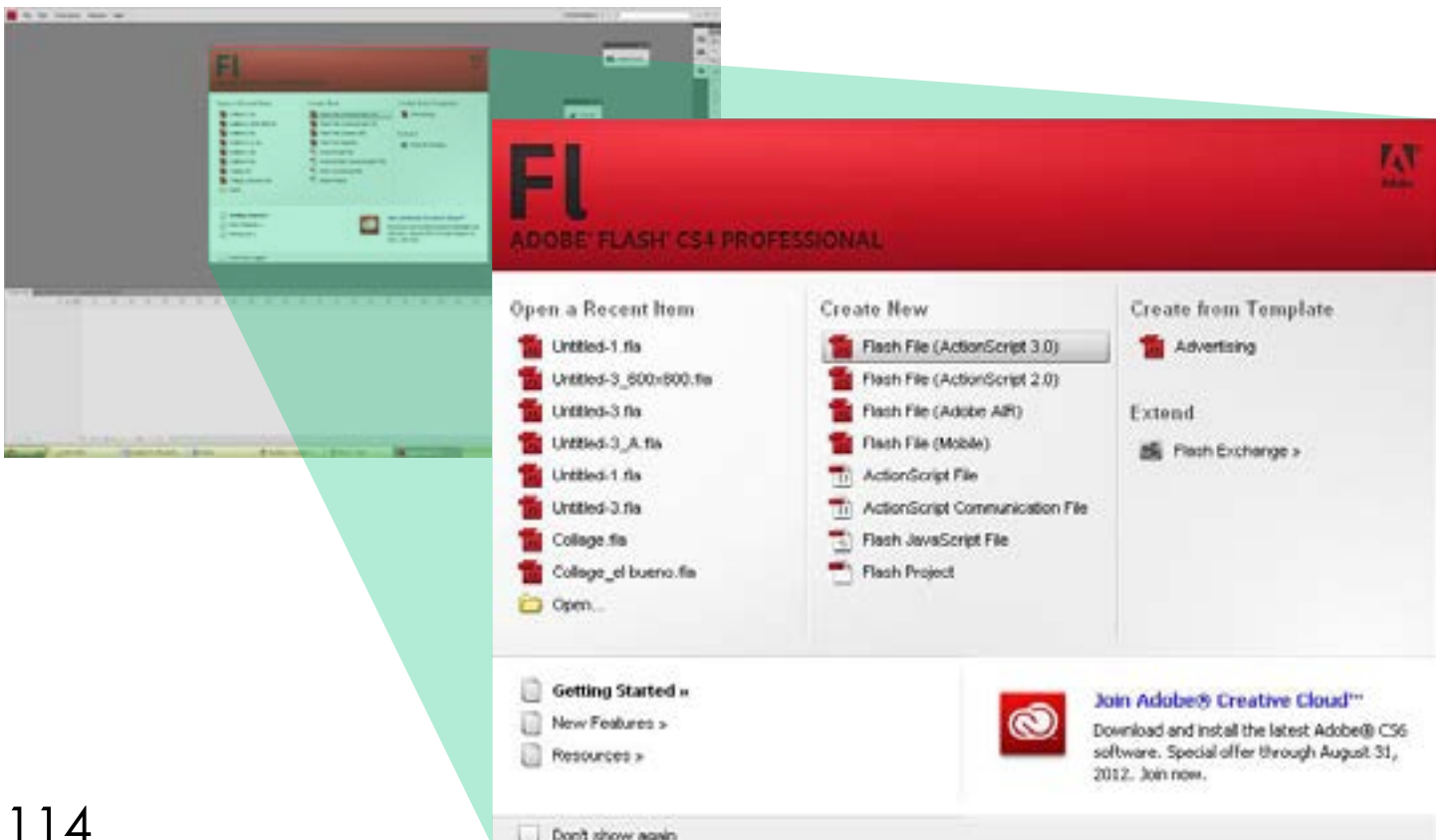


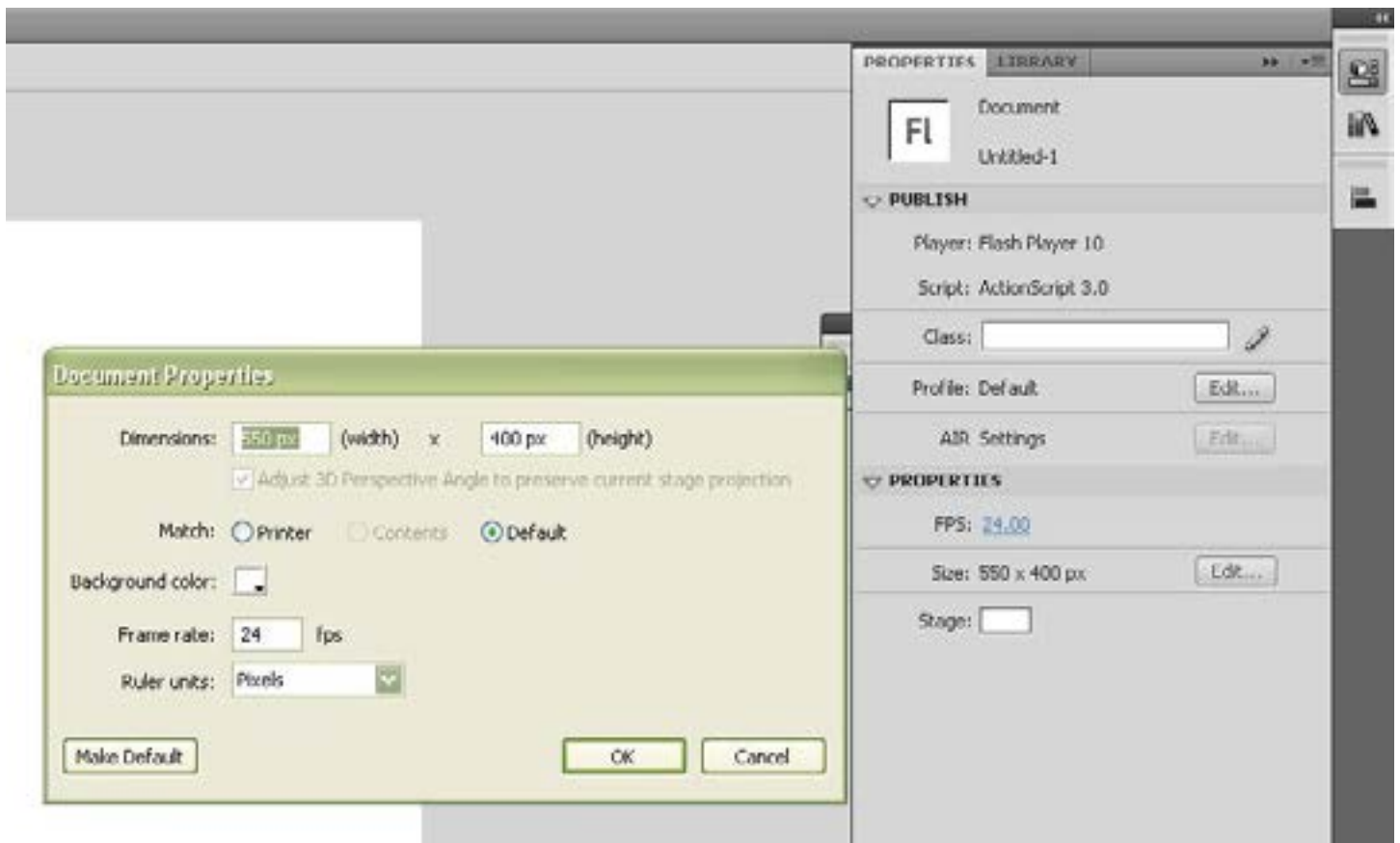
CAPTURA 11.
Opciones de repetición

Animación en Adobe Flash

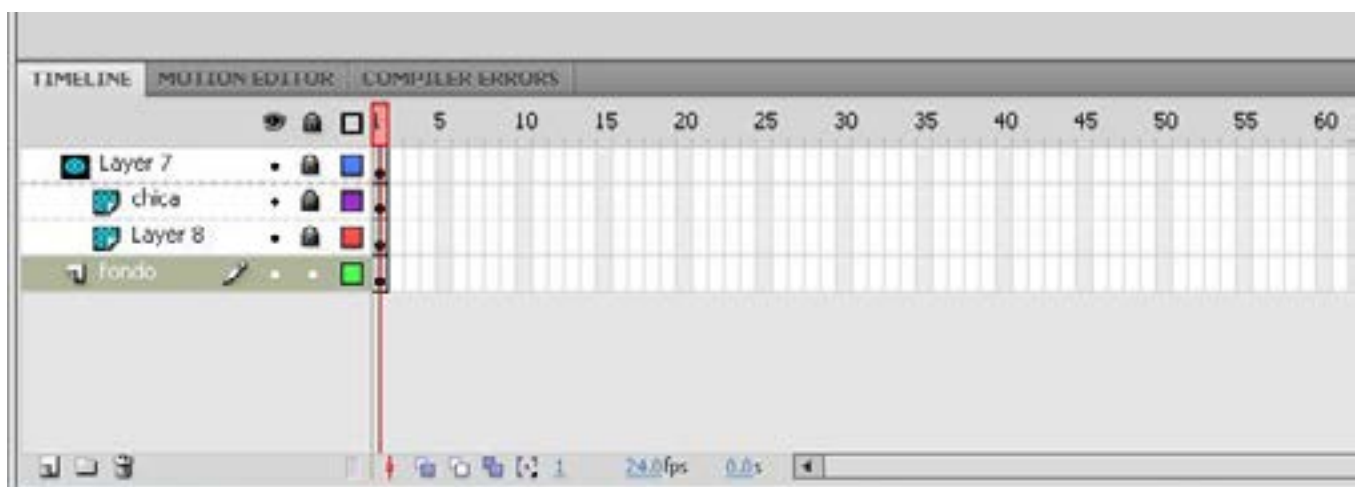
Por otro lado, en las ilustraciones 1, 3 y 4 , debido a la complejidad de la animación, fue necesario “armarlas” en Adobe Flash CS4. El proceso comienza más o menos de la misma manera que en Photoshop. Primeramente se deben retocar y recortar cada una de las imágenes escaneadas en Adobe Photoshop, eliminar los fondos y exportarlas como archivo de imagen PNG, esto para mantener la transparencia del fondo y que no interfiera con la visibilidad de las demás imágenes. Una vez que se tienen todas las piezas listas se importan a Flash como una librería. Al abrir el programa Adobe Flash lo primero que aparece es una ventana en donde se selecciona el tipo de documento, en este proyecto utilicé Action Script 3.0. CAPTURA 12). A continuación se define el tamaño de la composición en la pestaña Propiedades (CAPTURA 13), en este caso de 600 x 800 px. Hecho esto, se importan a la librería todos los elementos a utilizar para armar la composición. En el menú Archivo > Importar > Importar a biblioteca. Ya importados los elementos aparecerán en el panel Biblioteca, de ahí pueden ser arrastrados al espacio de trabajo y colocados en posición. Para facilitar la manipulación de elementos se pueden colocar cada uno en una capa distinta, bloquearlos u ocultarlos a conveniencia. En la CAPTURA 14 se muestra un ejemplo de esto.

CAPTURA 12.
Ventana inicial de Adobe
Flash CS4





CAPTURA 13.
Definir tamaño de composición



CAPTURA 14.
Composición por capas, 1 objeto en cada capa

En Flash aparece en la parte inferior una línea de tiempo dividida en cuadros, estos cuadros serán los cuadros de nuestra animación. En las capas que contienen elementos aparece un primer cuadro en gris con un punto negro, esto indica que el cuadro no se encuentra vacío; el resto de los cuadros en blanco no contienen nada.

En el ejemplo tenemos 4 capas: la primera, de abajo hacia arriba, contiene el fondo de color, la segunda y tercera, que contienen un círculo blanco y a la modelo respectivamente, están afectadas por la cuarta capa que actúa como mascarilla para ocultar lo que no debe ser visible de ambos elementos. Ahora procedí a generar la parte animada, en el boceto hay ojos en el fondo y en el abrigo que se mueven al mismo tiempo que los ojos de la modelo. Tengo en la biblioteca de mi documento un ojo separado en dos partes, la pupila y la forma general, que se arrastran al espacio de trabajo en una capa aparte, se colocan en sus posiciones y, con ambos seleccionados, se da click derecho para desplegar un menú, de donde se selecciona la opción “Crear símbolo”. Aparecerá una nueva ventana con opciones, la primera es el nombre del símbolo.

Se recomienda nombrar cada símbolo de manera que sea fácil identificarlos, en este caso se nombró al símbolo como ojo 1. Seguidamente se selecciona el tipo de símbolo, que para nuestro proyecto será Gráfico, y se da Aceptar. Este símbolo se puede editar dando doble click sobre él. La parte con movimiento será la pupila, que se moverá a la izquierda, de vuelta al centro, a la derecha y de vuelta al centro nuevamente; para esto se crea un nuevo cuadro clave en la marca de tiempo deseada, en el ejemplo serán 20 cuadros. Se selecciona el cuadro 20 y se presiona F6, obteniendo un cuadro idéntico al último creado. En estos primeros 20 cuadros no se realizará ningún movimiento, en el cuadro 29 se agregó un nuevo cuadro clave y en este cuadro moveremos hacia la izquierda la pupila hasta su posición final. Permanecerá ahí 20 cuadros. En el cuadro 49 se crea un cuadro clave con la misma posición, y en el cuadro 58 modificamos la posición de la pupila hasta colocarla en el centro nuevamente. Se realiza este proceso hasta obtener todos los movimientos planeados, cuidando siempre de dejar la misma cantidad de cuadros que en el primer bloque de movimiento.

Una vez terminado esto se seleccionan todos los cuadros y con el click derecho desplegamos un menú, de donde seleccionaremos la opción Crear interpolación de movimiento. Esto generará el movimiento sin necesidad de dibujar cada uno de los cuadros. Al terminar de editar se puede regresar a la escena principal dando doble click en cualquier espacio vacío circundante a los elementos del símbolo.

Este símbolo ahora puede ser repetido cuantas veces sea necesaria, además de escalarlo, rotarlo y cambiarlo de posición.

Hay sin embargo elementos que requerirán ser animados dibujando cada cuadro de animación. Continuando con el ejemplo del ojo, supongamos que no se tiene el dibujo realizado previamente, entonces podemos dibujar en flash la forma general con la herramienta pincel y convertirla a símbolo. Dentro del símbolo se dibuja la pupila en una capa aparte en su posición inicial. Acto seguido se genera un cuadro clave vacío, seleccionando el cuadro en la línea de tiempo en donde queremos que esté y se despliega en menú haciendo click derecho, ahí se selecciona la opción Insertar cuadro clave vacío. Flash generará un cuadro clave vacío, con la ayuda de la opción Piel de cebolla, ubicada en la parte inferior de la línea de tiempo, podemos visualizar el cuadro anterior y dibujar con la herramienta pincel el paso siguiente en la animación. Esto se repite hasta concluir todos los cuadros necesarios.

Una vez en la escena general se advertirá que solo existe un cuadro en todas la capas, esto quiere decir que nuestra animación únicamente dura 1 cuadro en total. Para lograr que se visualice todo el movimiento generado dentro del símbolo hay que crear un cuadro normal en la línea tiempo (click derecho>menú desplegable>Insertar cuadro), considerando la duración total del símbolo. Por ejemplo, si la animación total del símbolo es de 130 cuadros, el resto de las capas deberían durar como mínimo 130 cuadros, de ser menos se visualizará únicamente una parte de la duración total del símbolo. Puede ser que se requiera que el movimiento del símbolo se repita 3 veces, por ejemplo, entonces la duración total de la escena debería ser 3 veces la duración del símbolo. Retomando el ejemplo anterior del símbolo de 130 cuadros, la escena duraría entonces 390 cuadros. Cada una de las capas deberá tener esa duración, si no, desaparecerán en el momento en el que alcancen el último cuadro.

Concluido el proceso de animación, de igual forma que en Photoshop, se debe exportar al formato GIF animado. En el menú Archivo se selecciona la opción Exportar > Exportar película. Se abrirá una ventana nueva en donde se especifica el nombre del archivo, la ubicación en el ordenador en donde se localizará dicho archivo y, muy importante, el tipo de archivo, que será GIF animado, se da click en Aceptar y esta acción abrirá una ventana con opciones para el formato elegido. Se seleccionan las dimensiones deseadas, por defecto estarán las de la composición, la resolución, que afectará directamente al tamaño de la imagen, la cantidad de colores y el número de veces que se repetirá. En el caso de la resolución, con 72 dpi es más que suficiente para visualizarlo en pantalla, la canti-

dad de colores será de 256 y se repetirá infinitamente, representado por el número 0.

Dependiendo de la animación a realizar es que debe evaluarse si se efectúa en uno u otro software. En el caso de Photoshop, posee una interfaz mucho más sencilla, lo que permite que quien conozca poco de este software pueda utilizarlo. Caso contrario Flash, que requiere de conocimientos previos tanto de la interfaz como de animación en general.

El resultado final de las ilustraciones animadas se puede ver en el disco anexo.



Como hemos podido revisar, el proceso de la ilustración animada es largo y laborioso, requiere de una óptima planeación previa para poder agilizar el resto del proceso y obtener un resultado satisfactorio. De la misma manera que en cualquier ilustración es primordial contar con uno o varios conceptos a comunicar a través de ella. En este caso los conceptos a comunicar eran los relacionados con la casa de moda Kenzo y su colección The Eye. A partir de esto se produjo el resto del trabajo: ilustración, elección de color, animación. Para lo cual se requirió de planeación anticipada de todos y cada uno de los pasos.

Cabe mencionar que algunos avances de las ilustraciones fueron publicados en un blog personal, obteniendo el mayor número de likes y rebloques por parte de los seguidores del blog en comparación con el resto del contenido ahí publicado, que son ilustraciones tradicionales, sin movimiento incluido en ellas. Con esto se puede constatar el atractivo que las ilustraciones animadas poseen.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

El objetivo principal de este trabajo de investigación fue el de establecer las bases de lo que aquí denominamos como “ilustración animada”. Comenzamos por definir a la ilustración y los objetivos que esta cumple, sus características técnicas y conceptuales, así como las muchas maneras en que se utiliza en la actualidad. El propósito fue el de analizar a la ilustración como una disciplina vigente y en auge, así como un producto del diseño que forma parte de un conjunto y sin el cual, en muchas ocasiones, la comunicación de información quedaría incompleta. Por otra parte, también se revisaron las múltiples formas que ella toma, esto en términos de función. Más adelante, con base a esta información se planteó una propuesta de ilustración, por lo que conocer el proceso de creación y conceptualización de una ilustración permitió aplicar una metodología de trabajo mucho más dinámica y práctica.

Ahora bien, a partir del estudio de los roles que desempeña la ilustración podemos concluir que la ilustración se adecua a distintos objetivos y soportes, es decir, su función permanece como la misma: materializar conceptos o ideas de manera gráfica, sin embargo su objetivo puede variar: puede enriquecer un texto, ayudar a vender un artículo o servicio, asistir en la transmisión de conocimiento, ser punto de partida para otro tipo de proyectos, expresar un punto de vista personal, y fundamentalmente comunicar gráficamente.

A continuación, como parte de los objetivos planteados en un principio, la propuesta estaría enfocada en la ilustración de modas, por lo que resultaba necesario profundizar más en el tema de la ilustración de moda y establecer los parámetros que la definen

como tal; comenzando por el objetivo primordial de esta: representar la prenda y dotarla de una actitud y personalidad, convertirla en un objeto de deseo; con lo que forma parte del aparato promocional que ayuda a venderla, y con ella, un estilo de vida y estatus social, cumpliendo el rol de la persuasión comunicativa. En este sentido, la ilustración de moda exige del ilustrador el que se mantenga al día con los tiempos y se reinvente continuamente con todos los medios a su disposición, por lo que la ilustración combinada con animación permite mantener a la ilustración dentro del mercado de la moda y a la par de la fotografía en los medios digitales y la web.

Una vez sentado esto, se examinaron las características de la ilustración de moda. Una de ellas, la representación de la figura humana, parte central de este tipo de ilustración, en la que la proporción, equilibrio, volumen, expresión, pose y estilización son aspectos importantes que deben conocerse y perfeccionarse. Aunado a esto, la utilización de distintos materiales y técnicas, que facilitarán la representación de ciertas texturas, estampados e inclusive atmósferas que le añadirán a la ilustración una energía complementaria. Es por eso que este tipo de ilustración se presta tanto a la experimentación con materiales no convencionales.

Otro aspecto que influye fuertemente en la ilustración, no solamente de modas, es el color. Sin embargo en la ilustración de modas juega un papel realmente importante, pues la persuasión y seducción están directamente relacionadas con él, objetivos que persigue la ilustración de modas, además de que ayuda a dotar de significado a la imagen. Se analizaron algunas de las connotaciones generales de ciertos colores, y

a partir de eso se puede concluir que éstas asociaciones dependerán de la cultura, la época, el género, la edad, por lo que siempre es valioso conocer al usuario al que va dirigida la ilustración, así como su contexto.

Este conjunto de elementos son los que caracterizan a la ilustración de moda, y una vez establecidos se tomaron en cuenta para la propuesta de ilustración planeada para este proyecto. En esta investigación se llevó a cabo una revisión histórica de la ilustración de moda, sus inicios, evolución a través del tiempo y principales exponentes, con lo que se pudo comprender el desarrollo de esta disciplina, sus alcances y función, con ello visualizar el futuro de esta disciplina y contribuir a dicho desarrollo.

Para poder proceder con la propuesta, faltaba definir a la ilustración animada como tal, qué es, cómo es, qué la caracteriza, en dónde se usa. En un inicio, al comentar este proyecto, era difícil explicar qué era concretamente lo que se pretendía producir. Las personas con las que comenté el proyecto no comprendían de qué se trataba, por lo que esta parte de la investigación era esencial para poder iniciar. Se comenzó a partir del análisis de varios ejemplos recolectados de la web, alojados su mayoría en publicaciones electrónicas y blogs de diversos autores y estilos; lo que nos llevó a nombrar las características propias de estas ilustraciones, mencionadas en el capítulo 3, y su diferenciación de otros productos multimedia como la animación. Dichas características se resumen a continuación:

1. Son ilustraciones que contienen movimiento, en uno o varios elementos animados de la misma ilustración.
2. Dicho movimiento es una acción de corta duración que se repite infinitamente.
3. Su formato es el GIF animado. Esto gracias a que permite la repetición infinita de la animación, es fácil de realizar y compartir en la web.
4. Son creadas por y para el medio digital, ya que solamente en este pueden existir y apreciarse.
5. Cumple el rol de una ilustración convencional al documentar y servir de referencia, ser un comentario visual, cumplir una función narrativa, persuadir o dotar de identidad.

Aunado a esto se mencionan algunos aspectos técnicos propios de esta variante de ilustración, tales como el formato, tamaño y color, se enlistaron los medios en donde es susceptible de ser utilizado, que por el momento en su mayoría son versiones digitales de revistas impresas y en blogs personales. Asimismo, se observó cómo estas ilustraciones ganan popularidad dentro de estos medios.

Finalmente, tomando como referencia toda la investigación realizada, se propuso una serie de 6 ilustraciones de moda animadas. Se aborda el proceso de producción, desde la planeación hasta la post-producción y publicación de dicho material gráfico con la intención de ofrecer una referencia a quien esté interesado en realizar o conocer a la ilustración animada más a detalle. Fue un proceso de trabajo constante, que culminó con la materialización de GIF animados de moda.

Este proceso requirió experimentación en todas las etapas de la producción, desde la elección de la colección y el bocetaje hasta la realización de los originales y la animación. Cada una de las etapas representó retos que no estaban contemplados en un principio, lo que implicó buscar soluciones distintas a las establecidas inicialmente. Durante la primera etapa, el plantear un estilo personal y encontrar una colección con la que éste empatara representó el primer obstáculo. Después de revisar numerosas colecciones y casas de diseño, y bocetar distintas formas de representar el cuerpo humano, se llegó a una propuesta en la que ambos elementos se conjugaban de manera en la que, como ilustradora y diseñadora, me sentí satisfecha.

El segundo reto se presentó en la producción, pues elegir una técnica que permitiera trabajar de manera eficiente y con calidad los originales de ilustración y los cuadros de animación, fue una tarea que precisó experimentación con distintos materiales. De esta experimentación se eligió trabajar con acuarela y computadora.

Durante la post-producción, es decir, la animación de las ilustraciones, se presentó el tercer y último reto. Al no poder realizar toda la animación de ciertas ilustraciones de manera sencilla en Adobe Photoshop, se necesitó buscar una alternativa que no fuera demasiado complicada, por lo que se utilizó un software especializado: Adobe Flash.

Aún con todo esto, fue un proceso de aprendizaje y experimentación muy gratificante; que permitió explorar y experimentar una forma distinta de ilustrar.

Para terminar, de manera personal, algunos avances de dichas ilustraciones fueron publicadas en un blog (annielandia.tumblr.com) y obtuvieron aceptación. A manera de conclusión, la ilustración animada se consolida como una variante de la ilustración porque se adapta a los medios de comunicación digitales, aprovechando las características de multimedia que estos poseen, además de resultar atractiva al usuario.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- ¹ Juan Martínez Moro, La ilustración como categoría: Una teoría unificada sobre arte y conocimiento, España, Ediciones TREA, 2004.
- ² Alan Swann, Bases del Diseño gráfico, Barcelona, 1990.
- ³ Siliezar, Ilustración, Artes Gráficas, 2003
- ⁴ Brian Lewis, Introducción a la ilustración, México, Trillas, 1995, p. 11.
- ⁵ Derek Brazell, et. al; Becoming a succesfull illustrator; Londres, Bloomsbury Publishing, 2013, p. 6
- ⁶ Martin Colyer, Cómo encargar ilustraciones, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1994, p. 22.
- ⁷ Alan Male, Illustration: A theoretical and contextual perspective, Suiza, AVA Publishing, 2007, p. 85
- ⁸ Joan Costa define de la manera más clara y sintética lo que se entiende por identidad: “es un signo que diferencia los productos/servicios de sus competidores, y certifica su origen”
- Joan Costa, Identidad corporativa, Trillas, 2007, p. 128
- ⁹ Brief. Sustantivo. (INSTRUCCIONES) Conjunto de instrucciones o información. (noun (INSTRUCTIONS)/bri:f/ [C] UK a set of instructions or information.) Diccionario en línea de Cambridge, <http://dictionary.cambridge.org/>, consultado el 26 de mayo de 2013.
- ¹⁰ De acuerdo con el Diccionario en línea de Cambridge, el Brainstorming es una actividad o método de negocios en el que un grupo de personas se reúnen para sugerir todas las nuevas ideas posibles para desarrollar.(Brainstorming. noun [U] /'breɪn.stɔː.mɪŋ/ /-stɔːr-/ An activity or business method in which a group of people meet to suggest a lot of new ideas for possible development).
- ¹¹ Lawrence Zeegen, Crush, Principios de ilustración: cómo generar ideas, interpretar un brief y promocionarse, análisis de la teoría, la realidad y la profesión en el mundo de la ilustración manual y digital; versión castellana, Silvia Pujol; Barcelona ; Naucalpan, Edo. de México : Gustavo Gili, 2006; 176 páginas, p. 17-39. Aquí Zeegen explica el proceso de conceptualización y soluciones gráficas.
- ¹² Ibídem , p. 52. Zeegen comenta cómo el uso de una técnica determinada ayuda a llenar de significado a la ilustración. El define a las técnicas como medios, y menciona que “una idea más los medios adecuados dan como resultado una solución gráfica de éxito”.
- ¹³ Cally Blackman, 100 years of fashion illustration, UK, Lawrence King Publishing Ltd., 2007, p. 6
- ¹⁴ Desde la década de 1880 hasta la Primera Guerra Mundial, Europa occidental y los Estados Unidos fueron testigos del desarrollo de Art Nouveau (“Arte Nuevo”). Inspirán-

dose en los aspectos orgánicos del mundo natural, Art Nouveau influenció el arte y la arquitectura, especialmente en las artes aplicadas, obra gráfica y la ilustración. Cybele Gontar, Art Nouveau, Museo Metropolitano de Arte en línea, http://www.metmuseum.org/toah/hd/artn/hd_artn.htm, consultado el 4 de agosto de 2013.

¹⁵ Fauvismo fue el primero de los movimientos de vanguardia que floreció en Francia en los primeros años del siglo XX. Los pintores fauves fueron los primeros en romper con el impresionismo, así como con métodos tradicionales más antiguos de la percepción. Su respuesta espontánea, a menudo subjetiva de la naturaleza se expresa en atrevidas pinceladas no disimuladas, y en colores vibrantes aplicados directamente del tubo.

Sabine Rewald, Fauvism, Museo Metropolitano de Arte en línea, http://www.metmuseum.org/toah/hd/artn/hd_artn.htm, consultado el 4 de agosto de 2013.

¹⁶ El cubismo fue uno de los estilos de artes visuales más influyentes de principios del siglo XX. Fue creado por Pablo Picasso (español, 1881-1973) y Georges Braque (francés, 1882-1963) en París entre 1907 y 1914. Los pintores cubistas rechazaron el concepto heredado de que el arte debe copiar la naturaleza, o que deban adoptar las técnicas tradicionales de la perspectiva, el modelado y el escorzo. Querían destacar la bidimensionalidad del lienzo. Así que redujeron y fracturaron los objetos en formas geométricas, y luego los vuelven a alinear. También utilizaron múltiples o contrastantes puntos de vista.

Sabine Rewald, Cubism, Museo Metropolitano de Arte en línea, http://www.metmuseum.org/toah/hd/artn/hd_artn.htm, consultado el 4 de agosto de 2013.

¹⁷ Expresionismo. 1. m. Escuela y tendencia estética que, reaccionando contra el impresionismo, propugna la intensidad de la expresión sincera aun a costa del equilibrio formal.

Utilizado en un sentido puramente estilístico, se acompaña de referencias a un cromatismo intenso, una pincelada agitada y un espacio desarticulado.

Diccionario de la Real Academia en línea, consultado el 4 de agosto, de 2013.

Diccionario Akal de Arte del Siglo XX, dirigido por Gérard Durozoi, Ediciones Akal, Madrid, 1997, p. 217

¹⁸ Futurismo. 2. m. Movimiento impulsado al comienzo del siglo XX por el poeta italiano Marinetti, que trataba de adaptar el arte al dinamismo de los avances de la técnica.

Proclama el rechazo del pasado y el advenimiento de una estética nueva, apropiada al mundo de la velocidad y las máquinas, y a la ciudad moderna.

Abarcó un amplio sector de la investigación, desde las artes plásticas a la literatura, la música, el teatro, el cine y la fotografía. Se desarrolla una búsqueda precisa de lenguaje y contenido que se inserta en la obra de arte: la necesidad de “dar vida a la materia traduciéndola en sus movimientos”, es decir, la descomposición de la realidad en sus elementos constitutivos a través de sus “componentes dinámico-luminosos” llevados a una

síntesis no figurativa de la realidad.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 4 de agosto de 2013.

Diccionario Akal de Arte del Siglo XX, dirigido por Gérard Durozoi, Ediciones Akal, Madrid, 1997, p. 250

Diccionario Larousse de la Pintura, Editorial Planeta-de Agostini, Barcelona, 1987, Tomo II, p. 747, 748.

¹⁹ Constructivismo. Movimiento que tenía por objetivo la integración en el arte de los factores espacio y tiempo para la “síntesis de las artes plásticas”. En la base del constructivismo se encuentra la idea de construcción, idea que se desprende de la práctica cubista. La línea no debe ser más que una indicación de fuerzas y de ritmos del objeto; se rechaza el volumen como “expresión espacial”: la profundidad y la transparencia le sustituyen. Este nuevo arte se funda en la concepción de que las formas no objetivas se disponen en una relación productiva, suponiéndose que la textura del material empleado también traduce su “personalidad”. Así, cada elemento posee una carga dinámica propia, la relación de estas cargas dinámicas define la estructura y composición de la obra, construyendo de algún modo su “esqueleto”. Diccionario Akal de Arte del Siglo XX, dirigido por Gérard Durozoi, Ediciones Akal, Madrid, 1997, p. 142

Diccionario Larousse de la Pintura, Editorial Planeta-de Agostini, Barcelona, 1987, Tomo I, p. 394

²⁰ El estarcido es una técnica en la que se tiene una pauta de agujeros cortados en un material flexible que actúa como marco de soporte. El color se da en los agujeros con brocha o con un spray, reproduciendo la pauta en la superficie en la que descansa dicho material. La plantilla puede volver a colocarse y usarse de nuevo. Tradicionalmente suele usar una sucesión de distintas láminas para distintos colores, creando diseños superpuestos. Penny David, El libro del estarcido, Tursen/Blume Ediciones, Madrid, 1997, p. 16

²¹ “Gaceta de la moda”

²² “Escuela de Bellas Artes”

²³ Famoso cabaret de París.

²⁴ Bethan Morris, Ilustración de moda, Barcelona, Blume, 2007, p. 85

²⁵ Cally Blackman, 100 years of fashion illustration, UK, Lawrence King Publishing Ltd., 2007, p. 71

²⁶ mainstream1./'meɪn.stri:m/Traducción: the mainstream □ la corriente principal

mainstream2/'meɪn.stri:m/Traducción: adj □ convencional □ mayoritario,ria □ establecido,da

²⁷ Este término ha sido ampliamente utilizado para designar un estilo estrechamente ligado con la cultura de masas (Mass Media). Deriva de la expresión “popular culture”, pero resulta difícil determinar cuándo y en qué circunstancias es utilizado por primera vez. Temáticamente reintroducía en la pintura la representación o uso directo de objetos reales y familiares. Estilísticamente la situación era lo más variada posible, pero de un modo general, la presentación más bien violenta y brillante de los motivos tomados de la vida cotidiana contraponía este arte a los manierismos de la generación precedente.

Diccionario Larousse de la Pintura, Editorial Planeta-de Agostini, Barcelona, 1987, Tomo III, p. 1614, 1615

²⁸ Joseph M. Minguet, Fashion illustration, Barcelona, Monsa, p. 8

²⁹ Bethan Morris, Fashion illustrator, Gran Bretaña, Laurence King Publishing Ltd, 2010, p. 6

³⁰ Lee Hamond, Draw Fashion Models!, Estados Unidos, North Light Books, F+W Publications, Inc, 1999, p. 8

³¹ Estel Vilaseca, Essential Fashion Illustration: Color + Medium, Estados Unidos, Rockport Publishers, 2008, p. 7

³² Anne Allen, et. Al., Fashion Drawing: The basic principles, Londres, B. T. Bradsford Ltd, 1993.

³³ Cally Blackman, 100 years of Fashion Illustration, Londres, Laurence King Publishing Ltd, 2007, p. 7

³⁴ *Ibidem* ³³

³⁵ Ángel Fernández, et. al.; Dibujo para diseñadores de moda; España, Parramón, 2012, p. 38, 39.

³⁶ *Ib.* ³⁵

³⁷ Naoki Watabane, Contemporary Fashion Illustration Techniques, Japón, Rockport Publishers, Inc., 2009, p. 11

³⁸ De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española Vigésima segunda edición, “proporción. (Del lat. proportiō, -ōnis). 1. f. Disposición, conformidad o correspondencia debida de las partes de una cosa con el todo o entre cosas relacionadas entre sí. 2. f. Disposición u oportunidad para hacer o lograr algo. 3. f. Coyuntura, conveniencia. 4. f. Mayor o menor dimensión de una cosa. 5. f. Mat. Igualdad de dos razones. Proporción aritmética, geométrica.”

³⁹ John Hopkins, Basics Fashion Design 05: Fashion Drawing, AVA Publishing SA, UK, 2010, p. 49

⁴⁰ Equilibrio. (Del lat. aequilibrĭum). 1. m. Estado de un cuerpo cuando fuerzas encontradas que obran en él se compensan destruyéndose mutuamente. II 2. m. Situación de un cuerpo que, a pesar de tener poca base de sustentación, se mantiene sin caerse. II 3. m. Peso que es igual a otro y lo contrarresta. II 4. m. Contrapeso, contrarresto, armonía entre cosas diversas. II 5. m. Ecuanimidad, medida, sensatez en los actos y juicios. II 6. m. pl. Actos de contemporización, prudencia o astucia, encaminados a sostener una situación, actitud, opinión, etc., insegura o dificultosa.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 20 de agosto de 2013.

⁴¹ Anna Kiper, Fashion Illustration: Inspiration and Technique, UK, David and Charles Limited, 2011, p. 10

⁴² John Hopkins, Basics Fashion Design 05: Fashion Drawing, AVA Publishing SA, UK, 2010, p. 52

⁴³ Rigidez. 1. f. Calidad de rígido.

Rígido. (Del lat. *rigidus*). 1. adj. Que no se puede doblar (ll torcer). II 2. adj. Riguroso, severo.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 20 de agosto de 2013.

⁴⁴ Naoki Watanabe, *Contemporary Fashion Illustration Techniques*, Japón, Rockport Publishers, Inc., 2009, p. 38

⁴⁵ look. (Voz ingl.). 1. m. Imagen o aspecto de las personas o de las cosas, especialmente si responde a un propósito de distinción.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 11 de julio de 2013.

⁴⁶ Pamela Stecker, *Fashion Design Manual*, Australia, McMillan Education Australia PTY LTD, 1996, p. 111

⁴⁷ convexo, xa. (Del lat. *convexus*). 1. adj. Dicho de una curva o de una superficie: Que se asemeja al exterior de una circunferencia o de una esfera.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 20 de julio de 2013.

⁴⁸ cóncavo, va. (Del lat. *concavus*). 1. adj. Geom. Dicho de una curva o de una superficie: Que se asemeja al interior de una circunferencia o una esfera.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 20 de julio de 2013.

⁴⁹ escorzar. (Del it. *scorciare*, acortar). 1. tr. Pint. Representar, acortándolas, según las reglas de la perspectiva, las cosas que se extienden en sentido perpendicular u oblicuo al plano del papel o lienzo sobre que se pinta.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 28 de Julio de 2013.

⁵⁰ Contrapposto es un término italiano para designar la oposición armónica de las distintas partes del cuerpo de la figura humana, lo que proporciona cierto movimiento y contribuye a romper la ley de la frontalidad. Fue el escultor Policleto quien lo puso en práctica en sus obras antes citadas, influyendo mucho en la escultura del Renacimiento (por ejemplo, en el David de Donatello). Básicamente consiste en representar a la figura humana con una pierna ligeramente flexionada, con lo que la cadera del lado opuesto aparece más elevada, al igual que el hombro de ese mismo lado está a menor altura que el contrario, lo que da lugar a que la figura describa una ligera curva y contracurva (una S) en su recorrido vertical. El escultor griego del siglo IV a. C. Praxíteles practicó un contrapposto muy particular y elegante que fue denominado “curva praxitélica”.

http://enciclopedia_universal.esacademic.com/, consultado el 28 de julio de 2013.

⁵¹ De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, software se define como “conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora”; lo que corresponde a los programas y aplicaciones.

⁵² Collage. (Voz francesa). 1. m. Técnica pictórica consistente en pegar sobre lienzo o tabla materiales diversos. 2. m. Obra pictórica efectuada con este procedimiento. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española en línea, consultado el 26 de Mayo de 2013.

⁵³ Corel® Painter™ es una aplicación diseñada para imitar técnicas pictóricas tradiciona-

les de manera digital, tales como la pintura al óleo, la acuarela o el grafito.

⁵⁴ Adobe Photoshop® es un software desarrollado por Adobe que está destinado a la edición, retoque fotográfico y pintura digital de imágenes en mapa de bits.

⁵⁵ Un vector es la descripción geométrica y matemática de una imagen.

⁵⁶ Corel® Photo-Paint™ es una aplicación de edición de imágenes avanzada que permite realizar retoque fotográfico, pintura digital y edición de imágenes.

⁵⁷ Desarrolladas por Pierre Bézier en la década de los sesenta, las curvas que llevan su nombre se generan a partir de funciones polinómicas de grado tres que permiten la representación de cualquier forma curvada. Cualquier trazo de estas características está definido por una serie de puntos por los que pasa la curva y otros exteriores a ella que definen sus puntos de inflexión o cambios de curvatura, pasando de cóncava a convexa o viceversa. En un trazado Bézier existen “manejadores” en cada uno de sus nodos de manera que se puede alterar la curvatura a voluntad para adaptar el trazo a cualquier forma imaginable, controlando la suavidad de las zonas de transición.

⁵⁸ Adobe Illustrator® es un software de gráficos de vectores utilizado para crear gráficos digitales, ilustraciones y tipografía para todo tipo de medios: prensa, web, video y dispositivos móviles.

⁵⁹ FreeHand MX es un programa de creación de imágenes de gráficos vectoriales.

⁶⁰ Canvas™ es un software desarrollado por ACD Systems destinado a la creación de ilustración técnica por medio de gráficos vectoriales.

⁶¹ Bryce es un programa desarrollado para el modelado y animación 3-D de ambientes y paisajes realistas.

⁶² Poser es un software de modelado que permite crear arte digital y animación 3-D.

⁶³ Lightwave es un software de modelado 3-D, animación y renderizado.

⁶⁴ Autodesk® Maya® es un software de animación en 3D para realizar animación por ordenador, modelado, simulación, renderización y composición.

⁶⁵ color. (Del lat. color, -ōris). 1. m. Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda. U. t. c. f. II 2. m. color natural de la tez humana. II 3. m. Sustancia preparada para pintar o teñir. II 4. m. colorido (II de una pintura). II 5. m. Carácter peculiar de algunas cosas. II 6. m. Calidad especial que distingue el estilo. Pintó con colores trágicos o sombríos Tal actor dio a su papel un nuevo color II 7. m. Matiz de opinión o fracción política. Fulano pertenece a este o al otro color Gobierno de un solo color II 8. m. Fís. Propiedad de la luz transmitida, reflejada o emitida por un objeto, que depende de su longitud de onda. II 9. m. Heráld. Cada uno de los cinco colores heráldicos. II 10. m. p. us. Pretexto, motivo, razón aparente para hacer algo. II 11. m. pl. colores que una entidad, equipo o club de carácter deportivo adopta como símbolos propios en su bandera y en los uniformes de sus atletas o jugadores. II 12. m. pl. Entidad, equipo o club que ha adoptado dichos colores.

Diccionario de la Real Academia Española en línea, consultado el 20 de agosto de 2013.

⁶⁶ Aun cuando la teoría del color se remonta al siglo V a. C., el sistema más importante es

el desarrollado por Isaac Newton, quien en 1672, descubrió que, cuando la luz blanca atraviesa materiales transparentes de diferentes densidades se descompone en diferentes longitudes de onda. Como consecuencia se produce un espectro de color. La percepción de los colores vienen determinada por la dimensión de las diversas longitudes de onda (el rojo tiene la longitud de onda más larga y el violeta, la más corta). El acrónimo RNAVAIV (rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta) se utiliza para ayudar a recordar el nombre de los colores del espectro en orden descendente de acuerdo con la longitud de onda. Newton tomó la barra de colores creada por la refracción de la luz la trasladó a un círculo segmentado: el círculo cromático.

Libro dibujo para ilustradores de moda-figurín masculino, p. 306

⁶⁷ Colores fríos y cálidos. Los colores se describen según su temperatura, que se percibe como fría (colores como el azul, verde violeta) o cálida (colores como el rojo, naranja y amarillo). Además, todos los colores tienen asociaciones. Los colores cálidos se asocian a la luz del sol y al fuego. Mientras que los colores fríos están asociados al cielo, el agua, los paisajes y colinas.

Libro de dibujo de moda-figurines masculinos, p. 308

Bethan Morris, Ilustración de moda, Barcelona, Blume, 2007, p. 57

⁶⁸ Blog es una contracción de web log (web: red informática, log: bitácora). El término se hizo popular a mediados de la década de 1990 cuando los blogs explotaron como un nuevo medio social. El aumento de la popularidad de los blogs era debido a su característica única que permite a las personas publicar sin las restricciones tradicionales establecidas por un editor. Como bitácoras publicadas en Internet, los blogs se convirtieron en sinónimo de diarios o revistas en línea. En ellos se expresaban pensamientos personales, reflexiones y experiencias de los bloggers a través de un canal popular.

Conforme se desarrollaron los blogs, su definición también ha evolucionado de ser un registro de pensamientos personales a un canal de comunicación social más amplio y altamente democrático. La creación de blogs de negocios también allanó el camino para conceptos tales como blogs de lucro y comerciales. Debido a su popularidad, los blogs se convirtieron en el medio de comunicación favorito de numerosos grupos, organizaciones o individuos que promueven una agenda política. Los blogs se convirtieron en catalizadores del cambio y lograron poder de influir en la opinión pública. Ahora se puede utilizar para desafiar la estructura de poder de la sociedad. Los blogs también influenciaron nuevas ideas y prácticas. La aparición del blog de periodismo y el blog de publicidad afectó las normas de los medios de comunicación tradicionales. La entrega de información se hizo más interactiva y los lectores se convirtieron en participantes activos en el proceso de comunicación. Los blogs también empataron el campo de juego entre los grandes anunciantes y los startups. Ciertamente democratizó el mercado y el flujo de información. Conforme la tecnología avanza, los blogs también continuarán tomando nuevas formas y características. Los nuevos significados se atribuyen a los blogs, siempre y cuando las personas sigan utilizándolos como principales medios de comunicación social.

Daniel Harris, Blogging 100 success Secrets; 2008, lulu.com, p. 112, 113

⁶⁹ Revista Electrónica. (e-zine, revista en línea) Cualquier revista producida para su

difusión por medios informáticos, principalmente por Internet. Se dice de cualquier revista publicada en Internet pero muy especialmente de aquellas que solamente se publican en Internet. Las revistas en línea a menudo son un sitio en Internet que se publica de manera paralela a una revista impresa; no obstante, en el contexto de la Web, la revista electrónica funciona como un metamedio. En este, no solamente se puede encontrar contenido típico de una revista impresa, sino que adicionalmente hay foros de discusión, e-mail, enlaces a otros recursos en Internet, búsquedas, así como la inclusión de productos multimedia como videos o animaciones, entre otros tipos de uso.

definicion.org/e-zine, consultado el 18 de mayo de 2014.

Rita Watson, et. al.; The Toronto School of Communication Theory: Interpretations, Extensions, Applications; University of Toronto Press, 2008.

⁷⁰ GIF. Graphics Interchange Format

⁷¹ Loop. /lu:p/ Traducción [c] > □ lazo □ bucle II (en informática y en música) □ bucle II □ vuelta □ curva

Diccionario Cambridge Compact English-Spanish © Cambridge University Press and Ediciones SM 2011.

⁷² Benjamin Star, High Fashion Illustrations Get Animated, www.visualnews.com, publicado el 30 de noviembre de 2012, consultado el 17 de septiembre de 2013.

⁷³ Funciones de la ilustración, capítulo 1. 2, p. 3 de la presente tesina.

⁷⁴ Holdener, Anthony; Ajax: The definitive guide; O'Reilly Media, Inc, 2008, pp. 434-438

⁷⁵ Luján Mora, Sergio; Programación de aplicaciones web: Historia, principios básicos y clientes web; Editorial Club Universitario, 2002, pp.: 140 -143

⁷⁶ HTML. Hyper Text Mark-up Language, es un lenguaje de computadora utilizado en la creación de páginas web.

El hipertexto es un método en el cual se visualiza texto en sistemas de computadora, permitiéndole al usuario navegar usando clicks del mouse en palabras e imágenes.

John Morrish, Magazine editing: in print and online; Routledge, 1996, Londres.

⁷⁷ Weynman, Linda; Diseño creativo HTML.2: Manual de diseño práctico para Internet; Pearson Education, 2002, pp: 390-394

⁷⁸ GIMP es el programa de manipulación de imágenes de GNU. Es una pieza de libre distribución de software para tareas como retoque fotográfico, composición de imágenes y creación de imágenes. <http://www.gimp.org/>, consultado el 29 de septiembre de 2013.

⁷⁹ Online-Image-Editor, que como su nombre lo indica, es un editor de imágenes en línea gratuito que permite editar imágenes en línea. <http://www.online-image-editor.com/>, consultado el 29 de septiembre de 2013.

⁸⁰ Programa de edición de video profesional. Para mayor información puede visitar la página de adobe.com, en la sección Productos>Video>Adobe Premiere encontrará una descripción más amplia de las funciones que ofrece este software. www.adobe.com, consultado el 29 de septiembre de 2013.

⁸¹ Easy Gif Animator es un popular editor de Gifs animados, que permite crear imágenes animadas, banners y botones. <http://www.blumentals.net/egifan/>, consultado el 29 de septiembre de 2013.

⁸² Ava Falis, Cómo crear un gif animado, www.ehowenespanol.com, consultado el 29 de septiembre de 2013 en http://www.ehowenespanol.com/crear-gif-animado-photoshop-como_4589/

⁸³ Otto es un artista gráfico que practica como ilustrador, serigrafista y artista de libros. El estilo de Otto deriva de serigrafía. Sus influencias son diseños constructivistas rusos, el arte del cartel polaco y la pintura renacentista. Otto ha trabajado como ilustrador freelance desde que se graduó en 1991 de Bristol Polytechnic en Diseño Gráfico. Él ha estado ilustrando principalmente para periódicos y revistas internacionales y ha mostrado su trabajo en Ferias del Libro Artista Internacional en Londres, Nueva York y Alemania. Puede observar más de su trabajo en su página web <http://www.ottographic.co.uk/>, consultada para este proyecto de investigación el 29 de septiembre de 2013.

⁸⁴ La ilustración puede ser vista en la página del autor, junto con capturas de pantalla del artículo en el que fue incluida.

http://www.ottographic.co.uk/pages/page_anime1.html, consultado el 17 de Septiembre de 2013.

⁸⁵ La ilustración animada puede verse en la página del New York Times, en el artículo “No country for slow broadband”, de Richard Bennet, publicado el 15 de junio de 2013. http://www.nytimes.com/2013/06/16/opinion/sunday/no-country-for-slow-broadband.html?ref=opinion&_r=4&, consultado el 21 de septiembre de 2013.

⁸⁶ Stephen Vuillemin es un ilustrador y animador 2D que se graduó de Gobelins en 2008 y vive en Londres. Su portafolio completo puede verse en <http://stephenvuillemin.com/>, consultado el 29 de septiembre de 2013.

⁸⁷ Chris McDonnell, Artist of the Day: Stephen Vuillemin, www.cartoonbrew.com, publicado el 8 de junio de 2013, consultado en la página <http://www.cartoonbrew.com/artist-of-the-day/stephen-vuillemin-82039.html> el 29 de septiembre de 2013.

⁸⁸ Santtu Mustonen es un artista interesado en el barro colorido, imágenes en movimiento, diseño 3D, dirección de arte y la ilustración contemporánea. Su portafolio puede ser consultado en <http://www.santtumustonen.com/>

⁸⁹ http://www.nytimes.com/2013/01/27/opinion/sunday/for-sleep-january-is-the-cruellest-month.html?_r=1&, consultado el 29 de septiembre de 2013.

⁹⁰ Rick Paulas, The Last Bastions of Outlaw Radio, www.wired.com, publicado el 28 de febrero de 2012, http://www.wired.com/magazine/2012/02/pl_pirateradio/, consultado el 17 de septiembre de 2013.

⁹¹ Kelsey Heinrichs es un artista que ha trabajado para numerosas publicaciones como Wired Magazine, Mojo Magazine, The Walrus, The National Post, GQ España, Kerrang!, Time Out New York, entre otras; y ha sido nominado a los National Magazine Awards en la categoría de Spot Illustration. Su portafolio puede ser visto en la página del artista www.kelseyheinrichs.com, consultada en este proyecto de investigación el 29 de septiembre de 2013.

⁹² Christina Bonnington, How to make electric Play-Doh, www.wired.co.uk, publicado el 23 de agosto de 2012, <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2012/09/how-to/make-electric-play-doh>, consultado el 17 de septiembre de 2013.

⁹³ Leila Johnston, How To Make Friends with Anyone in 5 Minutes, www.wired.co.uk, publicado el 7 de marzo de 2013, <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2013/03/how-to/how-to-make-friends-with-anyone-in-five-minutes>, consultado el 17 de Septiembre de 2013.

⁹⁴ Jen Lee es una talentosa animadora e ilustradora a quien le gusta mantener las cosas simples. Su trabajo puede consultarse en el tumblr de la artista en <http://repoghost.com/>.

⁹⁵ Jen Lee, Thunderpaw: in the ashes of fire mountain, <http://thunderpaw.co/>, consultado el 17 de septiembre de 2013.

⁹⁶ Bernardo Ruíz ,Epilepsia visual: el arte de hacer un gif, blog de diseño 25 horas, <http://25-horas.com/>, publicado el 3 de agosto de 2012, consultado en <http://25-horas.com/epilepsia-visual-el-arte-de-hacer-un-gif/> el 29 de septiembre de 2013.

⁹⁷ Acerca del cinemagraph: definición, nacimiento y creadores. <http://cinemagraphs.com/about/>, consultado el 22 de junio de 2014.

⁹⁸ Acerca de Tara Dougans, www.taradougans.com/pages/about, consultado el 17 de septiembre de 2013.

⁹⁹ El Grupo LVMH, Louis Vuitton-Moët Hennessy, es un conglomerado multinacional francés que posee un portafolio con más de 60 prestigiosas marcas. Gracias a su estrategia de desarrollo de marca, y la expansión de su red internacional de tiendas, LVMH ha tenido un fuerte crecimiento desde su creación en 1987.

Consultado en www.lvmh.com, el 04 de enero de 2014.

¹⁰⁰ Historia de la marca Kenzo consultada en <https://www.kenzo.com/en/about/>, el 04 de enero de 2014.

¹⁰¹ Acerca de la inspiración detrás de la colección otoño-invierno 2013 de Kenzo, en https://www.kenzo.com/en/collections/women/fallwinter-2013-collection_7020/, consultado el 04 de enero de 2014.

¹⁰² For your eyes only, de Anne-Laure Bouvet, publicado en el blog de Kenzo, *Kenzine*, el 17 de septiembre de 2013. Consultado en https://www.kenzo.com/en/blog/your-eyes-only_9472/, el 04 de enero de 2014.

¹⁰³ Cool. Caló. Proviene del inglés cool que significa “frío”, “de baja temperatura”. De manera coloquial se refiere a alguien o algo interesante, divertido, con una actitud, comportamiento, apariencia o estilo admirables influenciados por un producto del momento.

¹⁰⁴ El storyboard es considerado como la forma óptima para visualizar las ideas que generará una historia. Es la herramienta de primera pre-producción y pre-visualización diseñada para dar a cada cuadro, y toma por toma, una serie de dibujos adaptados del guión. Son dibujos conceptuales que iluminan y aumentan el guión para que la producción se organice antes de la filmación para crear la imagen correcta para el filme final.

John Hart, *The art of the storyboard: a filmmaker's introduction*, Focal Press, Segunda Edición, 2013, UK

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Alan Swann, Bases del Diseño gráfico, Barcelona, 1990.

Anna Kiper, Fashion Illustration: Inspiration and Technique, UK, David and Charles Limited, 2011

Anne Allen, et. Al., Fashion Drawing: The basic principles, Londres, B. T. Bradsford Ltd, 1993.

Bethan Morris, Fashion illustrator, Gran Bretaña, Laurence King Publishing Ltd, 2010

Brian Lewis, Introducción a la ilustración, México, Trillas, 1995

Cally Blackman, 100 years of Fashion Illustration, Londres, Laurence King Publishing Ltd, 2007

Diccionario Akal de Arte del Siglo XX, dirigido por Gérard Durozoi, Ediciones Akal, Madrid, 1997

Diccionario Cambridge Compact English-Spanish © Cambridge University Press and Ediciones SM 2011.

Diccionario Larousse de la Pintura, Editorial Planeta-de Agostini, Barcelona, 1987, Tomo II, p. 747

Estel Vilaseca, Essential Fashion Illustration: Color + Medium, Estados Unidos, Rockport Publishers, 2008

Holdener, Anthony; Ajax: The definitive guide; O'Reilly Media, Inc, 2008

John Hart, The art of the storyboard: a filmmaker's introduction, Focal Press, Segunda Edición, 2013, UK

John Hopkins, Basics Fashion Design 05: Fashion Drawing, AVA Publishing SA, UK, 2010

Joseph M. Minguet, Fashion illustration, Barcelona, Monsa

Juan Martínez Moro, La ilustración como categoría: Una teoría unificada sobre arte y conocimiento, España, Ediciones TREA, 2004.

Penny David, El libro del estarcido, Tursen/Blume Ediciones, Madrid, 1997

Lawrence Zeegen, Crush, Principios de ilustración: cómo generar ideas, interpretar un brief y promocionarse, análisis de la teoría, la realidad y la profesión en el mundo de la ilustración manual y digital; versión castellana, Silvia Pujol; Barcelona ; Naucalpan, Edo. de México : Gustavo Gili, 2006

Lee Hamond, Draw Fashion Models!, Estados Unidos, North Light Books, F+W Publications, Inc, 1999

Linda Weynman; Diseño creativo HTML.2: Manual de diseño práctico para Internet; Pearson Education, 2002

Martin Colyer, Cómo encargar ilustraciones, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1994

Naoki Watabane, Contemporary Fashion Illustration Techniques, Japón, Rockport Publishers, Inc., 2009

Pamela Stecker, Fashion Design Manual, Australia, McMillan Education Australia PTY LTD, 1996

Sergio Luján Mora; Programación de aplicaciones web: Historia, principios básicos y clientes web; Editorial Club Universitario, 2002

Siliezar, Ilustración, Artes Gráficas, 2003

Otras fuentes

www.adobe.com

<http://www.blumentals.net/egifan/>

www.cartoonbrew.com

<http://cinemagraphs.com>

<http://www.eluniversal.com.mx/estilos/67119.html>

www.ehowenespanol.com

http://enciclopedia_universal.esacademic.com/

<http://www.gimp.org/>

www.kelseyheinrichs.com

<https://www.kenzo.com/>

www.lvmh.com

Museo Metropolitano de Arte en línea, http://www.metmuseum.org/toah/hd/artn/hd_artn.htm

<http://www.nytimes.com/>

<http://www.online-image-editor.com/>

<http://www.ottographic.co.uk/>

Diccionario de la Real Academia Española en línea www.rae.es

<http://repoghost.com/>

<http://stephenvuillemin.com/>

www.taradougans.com

<http://thunderpaw.co/>

www.wired.com

BLOGS

Benjamin Star, High Fashion Illustrations Get Animated, www.visualnews.com , publicado el 30 de noviembre de 2012

Bernardo Ruíz ,Epilepsia visual: el arte de hacer un gif, blog de diseño 25 horas, <http://25-horas.com/>

